

Санкт-Петербургский государственный университет

КОВАЛЕВА Ольга Николаевна

Выпускная квалификационная работа

**Паремии в речевой ситуации похвалы: лингвокультурологический и
прагматический аспекты**

Уровень образования: магистратура

Направление 45.04.02 «Лингвистика»

Основная образовательная программа ВМ.5622. «Русский язык и русская
культура в аспекте русского языка как иностранного»
Профиль «Русский язык как иностранный»

Научный руководитель:
доцент, Кафедра русского языка как
иностранного,

Щукина Кира Александровна

Рецензент:
доцент, ФГБОУВО

«Российский
государственный институт
сценических искусств»,
Матвеева Инга Юрьевна

Санкт-Петербург
2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ПАРЕМИЙ В ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИИ И ПРАГМАЛИНГВИСТИКЕ.....	9
1.1. Паремия как языковой знак и как культурный феномен.....	9
1.1.1 Паремия как единица языка и речи.....	9
1.1.2. Специфика паремий как объекта исследования в лингвокультурологии	16
1.2. Паремии в речевой ситуации.....	21
1.2.1. Основные понятия прагматической лингвистики.....	21
1.2.2. Похвала в свете теории речевых актов.....	27
1.2.3. Прагматическая характеристика паремий.....	32
Выводы.....	37
Глава 2. ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЕ И ПРАГМАТИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ ПАРЕМИЙ В РЕЧЕВОЙ СИТУАЦИИ ПОХВАЛЫ.....	39
2.1. Отбор и классификация материала исследования.....	39
2.1.1 Отбор материала исследования.....	39
2.1.2 Классификация материала исследования.....	41
2.2. Функционально-прагматические характеристики паремий-призывов	43
2.2.1. Структурные и семантические особенности паремий-призывов	43
2.2.2. Функционально-прагматические характеристики паремий-призывов.....	51
2.3. Лингвокультурологические особенности паремий в речевой ситуации похвалы	64
Выводы.....	71
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	73
ЛИТЕРАТУРА	77
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	87
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. «Классификация исследуемых паремий».....	88
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. «Классификация пословиц-призывов».....	93

ВВЕДЕНИЕ

Паремии являются значительной частью фразеологического фонда русского языка. Это родовое понятие, включающее пословицы, поговорки, присловья, приметы и т.п.; паремия – это микротекст, обладающий такими признаками, как устойчивость и воспроизводимость. Как правило, в паремиях сформулирована некая истина или побуждение (императив). Данные языковые единицы обобщают, часто в образной форме, коллективный жизненный опыт и отражают культурные установки и стереотипные представления общества, поэтому паремии представляют собой богатый материал для лингвокультурологических исследований. Паремиологическая картина мира как часть языковой картины мира позволяет выявить мировоззрение определенного этноса за счёт непосредственной связи с его народным сознанием, поскольку паремии – это тексты преимущественно фольклорного характера.

Другим важным аспектом при рассмотрении паремий является их тесная связь с типовыми бытовыми ситуациями, различными эпизодами повседневной жизни человека. В паремических высказываниях разными способами закрепляются установленные традицией нормы речевого этикета, фиксируются поведенческие установки, регулирующие межличностные отношения в данном обществе. Паремии выступают ценностными ориентирами, помогают определить, что есть хорошо и что есть плохо в конкретной речевой ситуации. При этом значительная часть единиц паремиологического фонда может самостоятельно выступать в качестве речевого акта благодаря своему семантическому наполнению. Этому во многом способствует характерная для паремий назидательность, сентенциозность. Таким образом, анализ паремий должен производиться с учетом всех его коммуникативных функций.

Паремиологи отмечают разнообразие интенций и ситуаций общения, которые могут быть выражены пословицами, поговорками и пр. В рамках данного исследования особое внимание уделяется речевой ситуации похвалы. Выявление национальной специфики этой ситуации и соответствующего

речевого акта представляет большой интерес, поскольку в русской культуре отношение человека к похвале неоднозначно и зависит от множества факторов.

Таким образом, можно заключить, что паремии тесно связаны с ситуацией употребления и интенциями говорящего. В то же время они актуализируют в своей семантике культурные установки лингвокультурного сообщества, отражают отношение носителей языка к какому-либо предмету, явлению или событию, при этом чаще всего имплицитно. Вследствие этого, наибольшую трудность при анализе паремий представляет выявление этих скрытых и одновременно очевидных для носителя языка культурных коннотаций, оценок, стереотипов и т.д. Данное исследование фокусируется на национально-специфических особенностях паремий, принадлежащих ситуации похвалы, а также обращает внимание на прагматические свойства отдельных единиц данной группы, связанные с компонентами ситуации (характеристики адресанта и адресата, цель говорящего и т.д.).

Актуальность исследования обусловлена тем, что лингвокультурологический подход, примененный в данной работе для анализа материала, позволяет рассмотреть то, как культурно-символические представления народа отражаются в семантической структуре паремий и их компонентах. При этом рассмотрение свойств паремий в лингвокультурологическом аспекте совмещается с описанием устойчивых паремиологических высказываний по их роли в разнообразных ситуативных контекстах.

Ранее было отмечено, что паремии и фразеологизмы содержат в себе установленные культурой «модально-оценочные характеристики номинируемых объектов» [Алефиренко, 2011], которые являются основой прагматического значения данных языковых единиц. Несмотря на значительное количество работ, посвящённых анализу паремиологического фонда русского языка в различных аспектах, его прагматический потенциал на данный момент изучен недостаточно подробно. При этом в лингвистической науке выявление

коммуникативной специфики и прагматических свойств языковых единиц является актуальным на сегодняшний день направлением.

Настоящее исследование подвергает тщательному анализу один из фрагментов паремиологической картины мира, связанный с определённой речевой ситуацией, – ситуацией похвалы. Предварительное исследование показало, что различные аспекты этой ситуации оцениваются носителями языка неоднозначно, что находит отражение в поговорках, и это явление также представляет интерес для более глубокого изучения.

Кроме того, описание ситуации общения, установленных в обществе поведенческих норм и стереотипов, а также соответствующих речевых стратегий и тактик является актуальным для коммуникативного подхода при обучении русскому языку как иностранному, поскольку этот подход фокусируется, прежде всего, на взаимодействии участников в процессе общения.

Объектом исследования являются поговорки, относящиеся к речевой ситуации похвалы.

Предметом исследования являются поведенческие установки и нормы, заложенные в данных поговорках и способы их выражения, а также прагматические свойства исследуемых единиц и содержащиеся в них культурные смыслы.

Целью данного исследования является анализ и описание коммуникативно-прагматических свойств поговорок, описывающих речевую ситуацию похвалы, а также выявление их лингвокультурологического потенциала.

Для достижения цели в рамках исследования должны быть решены следующие **задачи**:

- 1) описать теоретическую базу исследования;
- 2) произвести отбор поговорок, относящихся к речевой ситуации похвалы;
- 3) определить и описать состав отобранных единиц;

- 4) на основе этого описания произвести тематическую классификацию материала;
- 5) охарактеризовать особенности семантики и функционирования паремий каждой из выделенных групп;
- 6) описать коммуникативно-прагматические особенности исследуемых паремий;
- 7) выявить лингвокультурологический потенциал анализируемых единиц, их способность отражать нормы и стереотипы поведения, принятые в русском лингвокультурном сообществе.

Гипотеза исследования: анализ структурно-семантических особенностей и прагматических характеристик паремий, описывающих речевую ситуацию похвалы, позволяет выявить отношение лингвокультурного сообщества к похвале, поведенческие установки, связанные с этим речевым актом. Можно предположить, что культурные коннотации, заложенные в компонентах паремий, служат одним из средств выражения оценочности.

Новизна исследования видится в том, что впервые производится прагматический анализ паремий, описывающих речевую ситуацию похвалы, с последующим выявлением лингвокультурологических особенностей данных единиц.

Методы и приемы, используемые в исследовании: метод направленной выборки материала из словарей пословиц и поговорок, а также контекстов, представленных на сайте Национального корпуса русского языка, описательный метод, метод семантического анализа, метод контекстологического анализа, метод лингвокультурологического анализа, метод коммуникативно-прагмалингвистического анализа, а также приемы статистической характеристики и количественных подсчетов.

Материалом исследования послужили паремиологические высказывания, описывающие ситуацию похвалы, зафиксированные в словарях пословиц и поговорок.

Теоретическая значимость исследования видится в том, что его результаты и положения являются вкладом в дальнейшую разработку методологии изучения прагматического потенциала паремиологического фонда русского языка, а также выявления культурно-обусловленных значений компонентов паремий.

Практическая значимость определяется возможностью использования результатов исследования преподавателями факультетов филологии и журналистики в курсах по лексикологии, фразеологии, лингвокультурологии, лингвистическому анализу текста, речевой культуре и речевому поведению, а также на практических занятиях по русскому языку как иностранному.

На основании проведенного исследования на защиту выносятся **следующие положения:**

1. В русских паремиях, связанных с речевой ситуацией похвалы, фиксируется отрицательное отношение языкового сообщества к акту похвалы и самопохвалы; социальные нормы негативно оценивают похвалу, которая является преждевременной, незаслуженной или не сопровождается критикой; также негативное восприятие похвалы связано с представлениями о сглазе.

2. По своей структурно-семантической организации исследуемые паремии объединяются в группы со схожей семантикой и прагматикой. При этом наблюдается прагматическая градация между входящими в них единицами, которые отличаются степенью оценки и нормами, к которым они апеллируют.

3. Анализ современных контекстов употребления исследуемых паремий позволяет судить о меняющемся отношении общества к самопохвале: этот речевой акт перестаёт восприниматься исключительно негативно.

4. Для функционирования исследуемых паремий характерен устойчивый концептуальный фон; концепты-компоненты паремий относятся к предметно-вещному, растительному, зооморфному, телесному кодам культуры.

Структура работы: данная работа состоит из Введения, двух глав, Заключения, Списка использованной литературы и Приложений 1-2.

Во Введении определены объект и предмет данного исследования, обосновываются актуальность выбранной темы, практическая значимость работы, представлены цель, задачи, методы, приемы и материал исследования.

В первой главе даны основные понятия, определения терминов, связанных с проблемами описания паремий в лингвокультурологическом и прагматическом аспектах.

Вторая глава посвящена описанию паремий, используемых в речевой ситуации похвалы, и анализу заложенных в устойчивых высказываниях способов выражения коммуникативных установок говорящего. Также в данной главе рассмотрена национально-культурная специфика исследуемых паремий и выявлены поведенческие установки, связанные с похвалой в сознании носителей русского языка.

В Заключении представлены основные результаты исследования, проведенного в данной работе.

В Приложении 1 приводится перечень отобранных паремий, используемых в речевой ситуации похвалы.

В Приложении 2 приводится тематическая классификация исследуемого материала.

Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ПАРЕМИЙ В ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИИ И ПРАГМАЛИНГВИСТИКЕ

1.1. Паремия как языковой знак и как культурный феномен

1.1.1 Паремия как единица языка и речи

1.1.1.1. Определение паремии

Многие учёные говорят о том, что в современной лингвистической науке наблюдается небывалый интерес к паремиологическому фонду языка. Паремиям посвящено достаточно большое количество исследований, рассматривающих данные единицы в структурном, семантическом, прагматическом и др. аспектах (Г.Д. Сидоркова, Г.Л. Пермяков, Е.И. Селиверстова, В.М. Мокиенко, З.К. Тарланов и др.). Особое внимание в работах последних лет уделяется также изучению того, каким образом в паремиях отражается культура народа, как эти устойчивые формы аккумулируют в своей семантике культурные установки, ценности, представления человека о мире (Н.Н. Семененко, Н.Ю. Тразанова, М.Л. Ковшова, Ф.Ф. Фархутдинова, Л.Б. Савенкова и др.)

Термин «паремия» принято понимать в науке как собирательное название «воспроизводимых микротекстов (преимущественно фольклорного характера)» (Подюков, 2019:5), включающих пословицы, поговорки, приметы, присловья, устойчивые этикетные формулы, загадки и т.п. Паремии отражают коллективный опыт народа, в них находят проявление традиционные для данного этноса ценностные ориентиры, стереотипные представления, поведенческие нормы и т.д. О.И. Натхо определяет основную функцию паремий как «аккумуляцию, фиксация, хранение и трансляция традиций определенного этноса» (Натхо, 2017:9). Также, будучи произведениями устного народного творчества, паремические единицы характеризуются, как правило, ритмической организацией, рифмованностью.

Объем понятия определяется учеными по-разному. Так, например, Л.Б. Савенкова рассматривает паремии как «вторичные языковые знаки, замкнутые устойчивые фразы, являющиеся маркерами ситуаций или отношений между

реалиями» (Савенкова, 2002; цит. по Никтошенко, 2013), однако в этом определении нет указания на конкретный состав входящих в него единиц. В некоторых исследованиях под «паремиями» понимают только пословицы и поговорки (В.П. Жуков, З.К. Тарланов и др.), а часть ученых включает также присловья, загадки, приметы, афоризмы (Г.Л. Пермяков, Е.Е. Жигарина и др.) Таким образом, можно говорить о широком и узком понимании данного явления. Как отмечает В.М. Мокиенко, невозможность четко очертить границы паремий связана не только со сложностью и разнородностью единиц, входящих в это понятие, но и с недостаточным отражением современного паремиологического фонда в словарях и корпусах (Мокиенко, 2010).

По мнению лингвистов-паремиологов (Мокиенко, 2010; Никтошенко, 2013; Гасанова, 2016), проблема широкого или узкого понимания паремических единиц связана с решением двух ключевых теоретических вопросов: 1) разграничение терминов «пословица» и «поговорка» (поскольку пословицы и поговорки составляют приблизительно три четверти паремиологического фонда языка); 2) включение/невключение паремий в параметр широкого понимания фразеологии. Рассмотрим эти вопросы более подробно.

Проблема соотношения терминов «пословица» и «поговорка» существует в науке уже давно, она была описана в работах таких исследователей, как В.П. Жуков, З.К. Тарланов, В.М. Мокиенко, Г.Д. Сидоркова, Г.Л. Пермяков, Л.Б. Савенкова, Н.Н. Семенов, Е.И. Селиверстова и др. Тем не менее, даже современные словари (толковые, филологические) не могут сойтись на едином мнении о том, на каком основании разграничивать эти понятия. Эта трудность заключается, во-первых, в общеупотребительности терминов «пословица» и «поговорка», функционирующих в целом ряде гуманитарных дисциплин (лингвистика, поэтика, фольклористика, этнография), а во-вторых, в их исторической многозначности (Савенкова, 1999).

Весьма распространенной была практика совместного изучения пословиц и поговорок, что связано с такими объединяющими эти явления

характеристиками, как устойчивость, воспроизводимость, анонимность, принадлежность к устному народному творчеству. Однако уже в работах одного из крупнейших собирателей фольклора и исследователей-паремиологов В.И. Даля приводится чёткое разграничение между этими терминами. Так, В.И. Даль рассматривает пословицу как «коротенькую притчу», содержащую, как правило, поучение и основывающуюся на суждении, в то время как поговорка определяется им как «окольное выражение, переносная речь, <...> способ выражения, но без притчи, без суждения, заключения», «это одна первая половина пословицы» (Даль, 1957:13-14). Таким образом, учёный считает главными отличительными критериями пословицы её назидательность и структурную завершенность. Поговорка же при таком подходе сближается с фразеологизмом в узком смысле, включая также устойчивые сравнения.

В современной науке большинство ученых, анализируя пословицы и поговорки, следуют традиции, заложенной В.И. Далем. Например, Г.Л. Пермяков пишет, что для отделения собственно пословиц от поговорок «признак грамматической завершенности всегда считался решающим или по крайней мере очень существенным» (Пермяков, 1998: 16). Эту точку зрения разделяет большинство исследователей, но главным является не столько грамматическое оформление, сколько смысловая законченность этих единиц. Как было сказано ранее, пословица основывается на некоем суждении, а поговорка «получает окончательное оформление и конкретный смысл в контексте высказывания, т. е. является всегда только частью суждения» (Русский язык. Энциклопедия, 1997: 347).

Что касается назидательности, поучения, то эта отличительная характеристика пословицы признается современными учёными необязательной. Как, например, считает Л.Б. Савенкова, нельзя сказать, что «каждое употребление паремии в речи предполагает обязательную назидательность. Скорее, можно утверждать, что для каждой пословицы или поговорки возможен контекст дидактического характера» (Савенкова, 1999). Наиболее прозрачно

поучение звучит в предложениях побудительного наклонения (*Не хвались под гору, хвались в гору.* и под.), но и повествовательные предложения могут быть включены в текст в поучительном модусе (например, если мысленно подставить в начале выражения типа «Имейте в виду, что...», «Знайте, что...» и т.п.).

Достаточно полное определение пословицам, на наш взгляд, даёт Е.И. Селиверстова: это «логически законченные высказывания (клише замкнутого типа), устойчивые в языке и воспроизводимые в речи, представляющие собой простое или сложное предложение, имеющие одновременно буквальный и переносный план (или только переносный/ или только буквальный), подчиняющиеся законам синтаксической структуры языка и имеющие рекомендательную силу или комментирующий характер» (Селиверстова, 2010). В данной дефиниции подчеркиваются основные признаки пословицы: устойчивость, воспроизводимость, синтаксическая законченность, возможные образность и назидательность.

Несколько иной взгляд на проблему представлен в работе В.П. Жукова, который считает основным критерием для разграничения пословицы и поговорки наличие образности. Пословицы, по его мнению, имеют и прямой, и переносный план, а поговорки – это изречения, которые понимаются только в буквальном смысле (Жуков, 2000). Такой подход используется и в других работах (Савенкова, 1999; ЛЭС, 1990), однако он представляется не вполне оправданным, поскольку изречения типа *Лучше умная хула, чем глупая хвала*, классифицируемые В.П. Жуковым как поговорки в силу своей безобразности, сохраняют характерные для «классической» образной пословицы назидательность, ритмическую организацию и семантическую ёмкость.

В данной работе мы будем придерживаться традиционного понимания пословицы как «логически законченного образного или безобразного изречения афористического характера, имеющего назидательный смысл и характеризующегося особой ритмической и фонетической организацией» (Мокиенко, 2010). Поговорка же трактуется как «устойчивое в речевом обиходе

изречение, образно определяющее какое-либо жизненное явление прежде всего с точки зрения его качественной оценки» (Русский язык. Энциклопедия, 1997: 347).

Пословицы и поговорки, как отмечалось ранее, составляют три четверти паремиологического фонда языка. Оставшуюся четверть занимают различные «мелкие жанры» – загадки, приметы, прибаутки и др. Кроме того, в речевой практике часто встречаются т.н. «молвушки». Этот термин встречается в работах А.И. Молоткова, С.И. Ожегова, А.С. Спирина и др., однако более подробно его рассматривает В.И. Зимин, определяя молвушки как устойчивые выражения, близкие по функциям к присловьям, употребляющиеся как «ответная реплика на реплику собеседника» (Зимин, Спирин 2005: 384). Как отмечает Л.С. Панина, молвушки и пословицы объединяет то, что в структурном плане они представляют собой самостоятельные предложения. Однако «самостоятельность молвушек относительна», т.к. вне контекста молвушки не содержат никакой сентенции и их значение зависит от конкретной речевой реализации (Панина, 2011:227).

В данной работе в исследуемом материале встречается небольшое количество устойчивых выражений, которые можно отнести к молвушкам, и эти выражения, на наш взгляд, могут рассматриваться как часть паремиологического фонда.

1.1.1.2. Лингвистический статус паремических единиц

Характерной особенностью паремии является тот факт, что, с одной стороны, она принадлежит системе языка, а с другой, тесно связано с конкретной речевой ситуацией, т.е. текстом. Исследователи неоднократно отмечали эту «парадоксальность», «двойственность», «срединное положение», «амбивалентность» пословично-поговорочных изречений, позволяющую рассматривать их и как языковые, и как речевые знаки. Особенность паремии заключается в том, что она, как правило, «несёт в себе информацию не об элементе, а о фрагменте внеязыковой действительности» (Савенкова, 2002), что

даёт возможность отнести пословицы и поговорки к дискурсивным знакам. Г.Л. Пермяков, изучая структурный аспект паремиологии, также называл пословицы и поговорки «знаками определённых ситуаций или определённых отношений между вещами» (Пермяков, 1998: 21).

Однако несмотря на тесную связь семантики паремии с её конкретной реализацией в речи, данные единицы не могут быть рассмотрены только как элементы дискурса вне своего места в языковой системе, поскольку они представляют собой устойчивые, клишированные выражения, зафиксированные в словарях и фольклорных сборниках. Кроме того, паремии как единицы языка характеризует их способность вступать в парадигматические отношения: синонимия (ср. *Всякая лиса свой хвост хвалит; Всяк кулик своё болото хвалит.*) антонимия (ср. *Сам себя не хвали, жди, когда тебя другие похвалят. / Сам себя не похвалишь, другие не похвалят.*), формирование тематических рядов и др.

Также важно понимать, что пословицы и поговорки всё же обозначают не конкретную ситуацию, а некую модель, «выделяя обобщённые черты, которые составляют стабильный набор признаков, способный выявляться в неограниченном количестве реальных жизненных положений» (Савенкова, 2002). З.К. Тарланов пишет, что пословица «не столько рассказывает о чем-либо конкретном, сколько напоминает о типичном» (Тарланов 1970: 26). В этом паремия сближается с фразеологизмом в функционально-семантическом плане.

Паремии имеют достаточно много общих черт с фразеологизмами: это анонимность, устойчивость, раздельнооформленность, воспроизводимость, полная или частичная метафоричность и др. Е.И. Селиверстова также отмечает, что паремические единицы сближает с фразеологизмами их основная функция, которая заключается в том, чтобы «служить средством повышения экспрессивности текста, средством выражения оценки и характеристики ситуации, эмоционального и/или прагматического отношения» (Селиверстова, 2010). Кроме того, в пользу близости этих языковых явлений говорит тот факт,

что многие фразеологизмы по происхождению представляют собой редуцированный вариант пословиц и поговорок.

Отличие паремий от фразеологизмов видится, прежде всего, в их смысловой и интонационной законченности, синтаксической членимости (Алефиренко, Семененко, 2009). Как отмечалось ранее, паремии означивают фрагмент действительности, отношения между вещами, т.е. в их основе, как правило, лежит логическое суждение, в то время как фразеологизм называет некое понятие.

Вопрос о соотношении фразеологии и паремий по-прежнему остается дискуссионным в лингвистике. Большинство исследователей признают возможность отнесения пословично-поговорочных выражений к фразеологическому фонду языка при широком понимании последнего, сформулированном, например, в работе В.Н. Телии: «широкий объем фразеологии можно определить как все то, что воспроизводится в готовом виде, не являясь словом» (Телия, 1996: 58). Однако некоторые исследователи придерживаются противоположной точки зрения, например, Н.Н. Амосова считает, что ни по содержанию, ни по функции паремии не могут быть включены во фразеологию (Амосова, 1963). Г.Л. Пермяков пишет, что паремии сложнее фразеологизмов, поэтому можно говорить об отдельном паремиологическом уровне языка (Пермяков, 1998).

При определении лингвистического статуса паремических единиц важно принимать во внимание, на изучение какого аспекта паремий и фразеологизмов нацелено то или иное исследование. Так, Е.Ю. Никтошенко считает, что «в тех исследованиях, в которых акцент делается не на структурные, а на семантические особенности языковых единиц, разграничение фразеологизмов, пословиц, поговорок, и афоризмов не является принципиальным» (Никтошенко, 2013). В данной работе паремические единицы будут классифицированы как часть фразеологического фонда.

Таким образом, с учётом существующих подходов к изучению паремиологического фонда русского языка в настоящем исследовании нами было принято широкое понимание паремии, включающее пословицы, поговорки, а также мелкие жанры (как, например, молвушки), при этом паремические единицы отнесены к фразеологии. Такое понимание данного явления отвечает целям работы и позволяет более полно проанализировать прагматический и лингвокультурологический потенциал паремических единиц.

1.1.2. Специфика паремий как объекта исследования в лингвокультурологии

Одной из ключевых категорий в лингвокультурологии является понятие картины мира – «целостной совокупности образов действительности в коллективном сознании» (Карасик, 2004). Представления, формирующие в совокупности картину мира народа, включают в себя систему ценностей, морально-этических установок и поведенческих норм, стереотипов, оценок и т.д. Они различными способами воплощаются в языковых единицах, что позволило учёным ввести в научный обиход важнейшее понятие – языковая картина мира (ЯКМ).

Под языковой картиной мира понимают «зафиксированную в языке и специфическую для данного языкового коллектива схему восприятия действительности» (Яковлева, 1996:47). Из данного определения следует, что элементы языковой картины мира не могут быть вычленены непосредственно, поскольку они представляют собой некие мыслительные репрезентации действительности (конструкты, идеи, схемы и т.п.), составляющие в своём взаимодействии эту «схему». Поэтому, описывая языковую картину мира, исследователи реконструируют её по внешним проявлениям в языковых единицах (Гончарова, 2013:225).

В качестве основной единицы ЯКМ обычно рассматривают концепт. Несмотря на то, что данное понятие является одним из ключевых в лингвокультурологии, его однозначной трактовки до сих пор не существует.

Большинство исследователей сходятся во мнении о том, что концепт представляет собой сложное, неоднородное образование: его определяют как «глобальную многостороннюю ментальную единицу» (Токарев, 2009:15), «многомерное лингвистическое образование» (Карасик, 2001:4), «многомерное культурно-значимое социопсихическое образование в коллективном сознании» (Ляхин, цит. по Самситова, 2014:1375). Рассматривая структуру концепта, В.И. Карасик выделяет три стороны: понятийную, образную и ценностную (Карасик, 2004); при этом главным измерением учёный считает ценностное.

Описание ЯКМ с применением лингвокультурологического подхода, как правило, предполагает описание определённых концептосфер, сопоставление концептов в разных языках. Это позволяет не только выявить особенности языкового выражения, но и даёт представление о значимости концепта в языковой картине мира народа.

Существуют области представлений человека, которые тяготеют к универсализации; они, как правило, связаны с базовыми оппозициями культуры. В то же время есть некоторые смысловые области, которые обнаруживают несовпадения при сопоставлении их в различных языках. Лингвокультурологический подход к изучению языка предполагает, прежде всего, выявление национально-специфического компонента в языковых единицах разных уровней. Как правило, наиболее эксплицитно культурная специфика отражена в лексическом фонде, однако даже на уровне лексики единицы могут отличаться степенью проявления национально обусловленных особенностей.

Наиболее ярко взаимодействие культуры и языка проявляется во фразеологических единицах; по мнению В.Н. Телии., фразеология языка – это “зеркало, в котором лингвокультурная общность идентифицирует свое национальное самосознание” (Телия, 1996). Признание высокой лингвокультурологической ценности фразеологизмов лежит в основе фразеологического направления в лингвокультурологии. Как считает В.А.

Маслова, наибольший интерес представляют те фразеологические единицы, «национальная культура в которых отражена через связь с культурно–национальными коннотациями, эталонами, символами, стереотипами».

Поскольку в настоящем исследовании паремии включаются в фразеологический фонд языка, всё вышесказанное может быть отнесено к пословицам и поговоркам. Как считает Н.Н. Семененко, «паремиологический фонд языка является ценным объектом для лингвокультурологического исследования, во-первых, потому, что паремия как полифункциональный знак способна к реализации функций и языка, и культуры, а во-вторых, потому, что пословицы и поговорки являются неотъемлемой частью национальной языковой картины мира» (Семененко, 2002). Особая лингвокультурологическая ценность паремий стала основанием для того, чтобы выделить в рамках ЯКМ паремиологическую картину мира (ПКМ). Под паремиологической картиной мира учёными понимается картина мира, выраженная паремиологическими средствами языка.

Современные исследователи отмечают, что в паремиологической картине мира находят отражения не только свойства объектов, их сравнительные характеристики и т.д., но также и «выражается позиция отражающего субъекта, его отношение к этим объектам, система социально-типичных позиций, ценностных ориентаций самого человека» (Кульпеисова, 2018: 176). Так, Т.С. Кульпеисова рассматривает ПКМ, с одной стороны, как содержательное концептуальное знание о действительности, а с другой, как совокупность представлений, позволяющих человеку интерпретировать явления окружающей его действительности (там же). М.А. Серегина также считает, что в ПКМ действительность предстаёт так, как человек к ней относится, оценивает её: это «результат разноаспектного отношения социума к объекту познания» (Серегина, 2012:17). Таким образом, паремиологический фонд языка является одновременно и обобщением жизненного опыта народа, и системой ценностных ориентиров, рекомендаций на основе этого опыта.

Теоретическое и сравнительно-сопоставительное изучение концептов в ПКМ разных лингвокультур позволяет получить представление о накопленном культурно-историческом и повседневном, эмпирическом опыте соответствующих этнических сообществ. В рамках данного направления проводили свои исследования Ж.Ш. Апекова, 2009; Н.В. Ермакова, 2012; Е.И. Зиновьева, Пи Цзянькунь, 2016; С.М. Кравцов, 2008; С.М. Подвигина, 2007; О.Г. Савельева, 2006; В.А.Савченко, 2008, 2010; Е.Н. Свалова, 2016; и др. Вышеупомянутые учёные использовали когнитивный и лингвокультурологический подходы, чтобы установить, какие компоненты значения паремий являются культурно обусловленными.

Важно подчеркнуть, что паремии занимают особое место среди репрезентаторов ценностных концептов, поскольку «именно в контексте паремий базовые национальные ценности переосмысливаются в соответствии с национально-культурным опытом» (Натхо, 2013: 143). Поэтому при описании концептов в ПКМ особое внимание учёных уделяется тому, как пословицы аккумулируют в своей семантике ценностные установки этноса, стереотипы поведения в различных жизненных ситуациях, морально-этические нормы и т.д. В.И. Карасик считает, что пословицы являются «концентрированным выражением ценностей» (Карасик, 2019:17): духовных, моральных и утилитарных. А.С. Малкова называет паремии «ценностно-ориентированными текстами» (Малкова, цит. по Ничипорчик, 2015:60), в основе которых лежит некая проблемная ситуация, как, например, этическая оценка человека или события, разрешение конфликта, моральный выбор и т.п.

Такие ситуации получили в лингвистике название аксиогенных (термин В.И. Карасика). Аксиогенные ситуации – это специфические референтные ситуации, ключевыми признаками которых являются 1) важность для коммуникантов; 2) ценностная мотивированность и 3) возможность символического переосмысления (Карасик, 2019:65). Коммуникативной практикой выработаны специальные нарративы для интерпретации этих

ситуаций, и провербиальный нарратив является наиболее важным, т.к. паремиологический фонд языка хранит в себе многовековой опыт народа, архаичные представления о хорошем и плохом. Благодаря этому, пословицы выступают как ориентиры, которые человек принимает и использует практически бессознательно.

Итак, паремии представляют собой микротексты, содержащие в сжатой форме инвариант некоторой ситуации и рекомендации к тому, как в этой ситуации действовать, как она должна оцениваться и т.д. В связи с этим В.И. Карасик полагает, что все пословицы по своей природе прескриптивны, т.е. содержат апелляцию к той или иной норме поведения в прямой или косвенной форме. Соответственно, они делятся на два класса: призывы (*Не хвались умом, коль берёшь горбом*), которые прямо выражают предписания, и констатации (*Доброе дело само себя хвалит*), которые становятся прескрипцией, будучи вписанными в формулу «Следует иметь в виду, что...» (Карасик, 2019:19).

Также важно отметить, что существуют нормы этические (моральные) и утилитарные. Они определяют поведенческие стратегии человека в той или иной ситуации и связаны, соответственно, с интересами других людей или с интересами самого индивида. На основе пословичного материала В.И. Карасик выводит следующие группы норм: а) нормы взаимодействия, жизнеобеспечения, контакта, контроля, ответственности – моральные нормы; б) нормы реализма, безопасности, благоразумия – утилитарные нормы (Карасик, 2004). При этом одна пословица может включать оценочные суждения, исходящие как из этических, так и утилитарных норм.

Как особая категория в паремиях выделяется оценка, которая является основным выражением аксиологических установок определенного этноса. М.А. Серегина считает, что ПКМ в целом «представляет собой аксиологическую модель мира, в когнитивной структуре которой находят экспликацию совокупные доминантные черты лингвокультурного сообщества» (Серегина, 2012:19). Паремии фиксируют в своей семантической структуре оценочную

категоризацию мира: оценка может быть выражена эксплицитно через оценочную (*хорошо/плохо, красивый/некрасивый, умный/глупый* и т.п.) и модальную (*нужно, должно, можно* и т.п.) лексику или же имплицитно. Если оценка не получила выражения в самой паремии, то она определяется в ситуации её употребления, исходя из контекста.

Таким образом, ПКМ представляет собой «когнитивно, эмотивно и прагматически обусловленный фрагмент, в котором находит экспликацию оценочное отношение этноса ко всему, что представляет ценность в его материальной и духовной культуре» (Серегина, 2012:17). Паремии отражают идеализированную модель мира, соответствующую принятой шкале ценностей, к которой человек должен стремиться.

В рамках настоящего исследования паремии анализируются как с точки зрения прагматики, так и с точки зрения лингвокультурологии с целью выявить ценностные установки русского народа, связанные с ситуацией похвалы, и образы, через которые эти установки выражаются.

1.2. Паремии в речевой ситуации

1.2.1. Основные понятия прагматической лингвистики

1.2.1.1. Коммуникативная (речевая) ситуация и её компоненты

Понятие коммуникативной (речевой) ситуации является одним из главных в прагмалингвистике. К определению и описанию данного понятия обращались такие исследователи, как В.Г. Гак, Н.И. Формановская, К.А. Долинин, Ю.А. Левицкий, И.П. Сусов и др.

В Большом толковом словаре русского языка под ред. С.А. Кузнецова (БТС) ситуация определяется как «обстановка, положение, возникшие на основе стечения, совокупности каких-л. условий и обстоятельств» (БТС, 1998). Соответственно, коммуникативная ситуация характеризует обстоятельства общения: коммуникантов и их отношения, мотивы их речевой деятельности и т.д. В.Г. Гак приводит следующее определение речевой ситуации: это «совокупность элементов, присутствующих в сознании говорящего в

объективной действительности <...> и обуславливающих в определенной мере отбор языковых элементов при формировании самого высказывания» (Гак, 1998). Иными словами, ситуацией задаются параметры общения, которые влияют на выбор формы высказывания.

Также важно отметить, что ситуация влияет не только на формирование высказывания, но и на его интерпретацию. Так, например, К.А. Долинин утверждает, что «актуальный смысл [высказывания] зависит от экстралингвистической ситуации», которая, по его мнению, представлена, в свою очередь, референтной и коммуникативной ситуацией. Референтная ситуация определяется тем, как соотносится действительность с содержанием высказывания, а основные характеристики коммуникативной (речевой) ситуации задаются вопросами «кто именно, кому, где, когда, в каких конкретных обстоятельствах и каким конкретно способом адресует данное сообщение» (Долинин, 1985).

Поскольку лингвистическая прагматика фокусируется на взаимоотношении высказывания с говорящим и контекстом (ситуацией), в ходе прагмалингвистического анализа важным оказывается описание основных компонентов речевой ситуации.

Лингвистическая модель речевой коммуникации, получившая наибольшее признание в научном мире, была предложена Р.О. Jakobson. Исследователь представил процесс коммуникации как совокупность шести факторов: адресат, адресант, сообщение, код, контекст и контакт. Каждому из факторов соответствует определённая языковая функция (Jakobson, 1975).

Опираясь на выделенные Р.О. Jakobson параметры коммуникации, И.П. Сусов предлагает рассматривать структуру коммуникативной ситуации следующим образом: «Я – сообщаю тебе – в данном месте – в данное время – посредством данного высказывания – о данном предмете – в силу такого-то мотива или причины – с такой-то целью или намерением – при наличии таких-

то предпосылок или условий - таким-то способом» (Сусов, 1986: цит. по Формановская, 2002: 41). Данную схему можно представить, как «адресант – адресат – место – время – сообщение – тема – причина – цель – условия – способ». Сусов И.П. конкретизирует некоторые из факторов, выделенных Р.О. Якобсоном, но главными в коммуникативной ситуации остаются адресат и адресант.

Участники общения признаются центральными компонентами речевой ситуации. Адресант и адресат являются, с одной стороны, носителями определенного мировидения, сформированного их культурой и характерного для других её представителей. С другой стороны, они также имеют индивидуальный когнитивный опыт, устоявшиеся мнения и оценки.

Интенция субъекта речи (адресанта) становится отправной точкой коммуникации. Выстраивая какое-либо высказывание, говорящий прогнозирует то, как оно будет воспринято адресатом. Иными словами, он ориентируется на созданный в его сознании образ адресата, в зависимости от которого использует определённый стилистический регистр, тематический пласт и т.д. Когда говорящий создает сообщение, ориентированное на адресата, он транслирует в нём свои эмоции, мнение, отношение, оценку, создавая тем самым модусную рамку (или субъективный, модусный план) высказывания.

При прагматическом анализе важно учитывать, что за адресатом и адресантом закреплены определённые социальные роли и статусы, которые неизбежно влияют на порождаемые и воспринимаемые тексты. Взаимоотношения коммуникантов упорядочиваются по двум осям координат: вертикальной («вышестоящий – равный – нижестоящий»), отражающей их социальное положение, и горизонтальной («свой – чужой») (Серебрякова, 2009: 31). Статусно-ролевые позиции адресата и адресанта, а также их нахождение в среде «своих/чужих» в наибольшей степени определяют стилистическую тональность, уместность использования тех или иных языковых средств.

А.Ю. Серебрякова предлагает рассматривать коммуникативную ситуацию как совокупность следующих компонентов: «адресант – адресат – тема – причина – цель – код – стиль – экспрессия – место – время – среда – нация» (Серебрякова, 2009: 31). Ценным в данной схеме является выделение этноса как отдельного компонента речевой ситуации, поскольку в межкультурной коммуникации его влияние оказывается чрезвычайно важно. Национальная специфика речевого поведения обуславливает, с одной стороны, выбор тех или иных языковых средств говорящим и, с другой стороны, их восприятие и интерпретацию адресатом. В.Г. Гак также считает, что «при описании действительности говорящие на разных языках, в силу установки, отражают разный опыт. <...> Именно вследствие этого одни и те же формальные средства (слова, конструкции) по-разному используются в разных языках» (Гак, 1998). В том случае, когда национально-культурные особенности не учтены участниками общения, может произойти коммуникативный сбой или даже неудача.

Таким образом, коммуникативная (речевая) ситуация представляет собой «сложный комплекс внешних условий и внутренних состояний общающихся, представленных в речевом произведении – высказывании, дискурсе» (Формановская, 2002: 42). Она определяется совокупностью компонентов (место, время, причина, цель, тема и др.), но главными параметрами являются характеристики адресанта и адресата.

1.2.1.2. Теория речевых актов (ТРА)

Понятие речевого акта (его также называют речевым действием) тесно связано с речевой ситуацией, «так как речевой акт существует в определенной коммуникативной ситуации» (Ершова, 2011:296). Н.И. Формановская отмечает, что «говорящий и его адресат, я и ты наиболее яркое выражение находят в речевом акте» (Формановская, 2002: 111)

Теория речевых актов (ТРА) является центральной теорией в лингвистической прагматике. Основоположником ТРА считается английский философ Джон Остин, который рассматривает речевой акт как целенаправленное

речевое действие, совершаемое в соответствии с принципами и правилами речевого поведения, принятыми в данном обществе (Остин, 1986).

Согласно ТРА, речевой акт представляет собой трёхуровневое образование, включающее локуцию, иллокуцию и перлокуцию. В фазе локуции осуществляется построение высказывания и соотнесение его с действительностью, т.е. его референция и предикация. Наиболее важной признаётся фаза иллокуции, которая связана с осуществляемой в результате РА интенцией, коммуникативным намерением говорящего. В зависимости от коммуникативной ситуации одно и то же по форме высказывание может быть истолковано по-разному; например, высказывание *Я приду за тобой в 4 часа* может быть обещанием, сообщением, предупреждением, угрозой и т.д. Адресат, ориентируясь на коммуникативную ситуацию, придаёт высказыванию однозначность и определённым образом реагирует. Действенная или эмоциональная реакция адресата – это фаза перлокуции. Под перлокутивным эффектом понимают получение результата (ожидаемого или неожиданного) от иллокутивного акта – создание новой ситуации (например, объявление войны) или воздействие на эмоции и поведение адресата.

Значительное развитие идеи Дж. Остина получили в работах его последователя Джона Сёрля. Дж. Сёрль разрабатывает вопрос о прямых и косвенных речевых актах, придя к выводу о том, что в повседневной речи достаточно часто мы употребляем именно косвенные речевые акты, в которых иллокуция выражена имплицитно, форма и значение соответствуют друг другу. Использование косвенных речевых актов позволяет человеку проявить повышенную вежливость, использовать речевые манипуляции, скрывая свои истинные намерения, выражать иронию, намёк и т.д. (Сёрль, 1986). При этом говорящий предполагает, что адресат будет опираться на фоновые знания, пресуппозицию, существующие гласно или негласно установленные нормы поведения и т.п., чтобы понять истинный смысл высказывания.

Дж. Сёрлю принадлежит также получившая наибольшее распространение в прагмалингвистике классификация РА. За основу классификации взята иллокутивная сила, которой обладает высказывание (Сёрль, 1986). Дж. Сёрль выделяет следующие пять классов речевых актов: 1) репрезентативы (сообщения); 2) директивы (побуждение адресата к действию); 3) комиссивы (обещания); 4) экспрессивы (выражение психического состояния субъекта речи) и 5) декларативы (изменение состояния субъекта в структуре общественных институтов). Данная классификация неоднократно подвергалась критике: многие лингвисты полагают, что перечисленные пять классов РА не покрывают всего многообразия высказываний. Исследователи предпринимали попытки дополнить типологию Сёрля или даже создать собственную (Дж. Лич, З. Вендлер, В.В. Богданов, Е.И. Беляева, А.В. Дорошенко, Н.И. Формановская и др.). Тем не менее, названия классов типологии Сёрля достаточно прочно закрепились и распространены в специальной литературе.

Особого внимания заслуживают экспрессивы, поскольку в настоящем исследовании подробному рассмотрению подвергается речевой акт похвалы, относящийся к этому классу. Речевые акты, входящие в состав экспрессивов, весьма разнородны, что порождает множество дискуссий относительно границ данного класса. Та часть исследователей, которая считает экспрессивы самодостаточным типом РА, сходится во мнении, что их единой интенцией является выражение определенного психического состояния, вызванного некоторым пропозициональным содержанием, а единым перлокутивным эффектом – эмоциональную реакцию партнера.

Представляется справедливым предложенное Е.М. Вольф выделение внутри класса экспрессивов двух подклассов: а) РА, обусловленные социальными конвенциями (*поздравление, приветствие, прощание, извинение, благодарность, пожелание, соболезнование и др.*); б) РА, представляющие собой принадлежащие индивидуальным субъектам оценочные высказывания, как положительные (*похвала, лесть, комплимент*), так и отрицательные (*порицание,*

оскорбление) (Вольф, 2006). Н.А. Трофимова называет эти классы социативами и инфлуктивами. (Трофимова, 2013: 85)

В рамках данного исследования для определения критериев отбора материала необходимо более подробно остановиться на сущности речевого акта похвалы, проанализировав то, как похвала соотносится с другими РА положительной и отрицательной оценки.

1.2.2. Похвала в свете теории речевых актов

Похвала относится к вербальным актам проявления эмпатии. В рамках концепции, разработанной А.А. Кузнецовой, вербальное проявление эмпатии представлено двумя сферами, сопереживанием и сорадованием, и похвала относится к последней. Под сорадованием исследователь понимает «форму содействия чужой радости <...>, радость сообща», относя к этому классу также комплимент и поздравление. (Кузнецова, 2010). Основанием данной классификации является психологический аспект рассматриваемых автором типов речевых актов.

Более распространённой является точка зрения, согласно которой похвалу относят к положительно-оценочным речевым актам. Разные исследователи также причисляют к данному типу одобрение, комплимент и лесть. Н.А. Бигунова считает, что вышеперечисленные речевые акты являются «иллокутивно синкретическими», т.к. в них может быть несколько иллокуций. Инвариантной иллокуцией является выражение положительной оценки объекта, его качеств и/или деятельности и стремление оказать положительное воздействие на адресата. Однако исследователь также отмечает, что, помимо основной цели, говорящий стремится создать располагающую атмосферу, а также может использовать эти РА, чтобы смягчить упрёк, недовольство, сменить тему и т.д. (Бигунова, 2014:455-456)

В исследованиях, посвящённых речевым актам положительной оценки, представлены различные мнения относительно их внутренней дифференциации. Словарные дефиниции показывают, что одобрение, похвала, комплимент и лесть

пересекаются в своей семантике, поэтому разграничить данные понятия может быть затруднительно. Наиболее ясным представляется отличие лести от РА похвалы, одобрения и комплимента. Лести сопутствуют семы «неискренность», «лицемерие», она всегда служит инструментом для достижения корыстных целей адресанта, при этом он стремится выдать лесть за похвалу или комплимент (Бигунова, 2013). Некоторые исследователи (Б. Фрейзер, Ю.Д. Апресян, Н.И. Формановская и др) не включают лесть в состав положительно-оценочных РА.

Гораздо более спорным является вопрос о разграничении похвалы и комплимента. Большинство психолингвистических и социолингвистических трудов посвящено комплименту, причём в зарубежной литературе похвала и комплимент рассматриваются как одно явление, с чем связано отсутствие зарубежных исследований, посвящённых собственно РА похвалы.

Определение границ этих типов РА может интересовать исследователей в большей или меньшей степени, в зависимости от целей анализа и выбранного направления лингвистики. Это даёт право рассматривать данные вербально-коммуникативные явления совместно. Например, И.В. Варфоломеева и К.В. Кулемина определяют похвалу/комплимент как «отдельное речевое высказывание, которое служит выражению мнения (чаще положительного и реже – псевдоположительного) адресанта о своем адресате или о третьем лице...» (Варфоломеева, 2013: 31), анализируя их в совокупности.

Различия между похвалой и комплиментом затрагивают несколько аспектов этих речевых актов. Так, Н.А. Бигунова считает, что важной отличительной чертой комплимента является «нормативное и ожидаемое преувеличение положительной оценочности» (Бигунова, 2013:12). Таким образом, комплимент имеет более этикетный характер, чем похвала; адресат воспринимает комплимент, допуская долю неискренности. А.А. Кузнецова также отмечает, что комплимент более клишированный РА, в то время как похвала, напротив, в большей степени обусловлена коммуникативной ситуацией. (Кузнецова, 2010: 363).

Р.В. Серебрякова обращает внимание на то, что похвала более объективна, чем комплимент, поскольку при оценке говорящий руководствуется не только собственным восприятием, но и общепринятыми представлениями о том, что заслуживает поощрения или порицания (Серебрякова, 2002). Эти представления, морально-этические нормы и установки зачастую являются национально-обусловленными, что позволяет говорить о национальной специфике данного речевого акта в различных коммуникативных культурах. Кроме того, исследователь анализирует типы похвалы и комплимента и приходит к выводу о том, что похвала и комплимент имеют разные объекты оценки. Похвале чаще подлежат поступки человека, а комплименты, как правило, оценивают внешность человека, однако многие области этих РА пересекаются – например, внутренние моральные качества, профессионализм и определённые способности человека могут быть одобрены и в форме похвалы, и в форме комплимента (Серебрякова, 2001). Таким образом, чтобы отличить похвалу от комплимента, необходимо учитывать ряд факторов: объективность/субъективность, этикетность, клишированность, преувеличенность, реже – объект оценки.

Другим проблемным вопросом является интерпретация РА похвалы и одобрения. Эти речевые акты имеют значительное структурно-формальное сходство, что дало основание некоторым исследователям рассматривать их как единое явление: такой подход представлен, например, в работах А.А. Романова (Романов, Ходырев 2002), Е.С. Петелиной (Петелина, 1985) и др.

Тем не менее, З.К. Темиргазина и М.С. Бачурка считают, что данные речевые акты отличаются друг от друга, и различия лежат в плоскости таких понятий, как эмоциональность/рациональность, субъективность/объективность, интенсивность/неинтенсивность (Темиргазина, Бачурка, 2017: 98). Так, похвала отличается большей эмоциональностью и субъективностью, она имеет степени проявления – можно *очень, сильно, слишком, чересчур и т.п.* хвалить, но нельзя *сильно* или *слабо* одобрить. В силу своей логичности и рациональности одобрение активно функционирует в официально-деловой сфере (можно

одобрить проект, идею и т.п.), где похвала, напротив, зачастую неуместна. Исследователи заключают, что похвала является оценкой эмоционального типа, а одобрение – оценкой рационального типа, поэтому в его пропозициональной структуре аргумент является обязательным элементом (Темиргазина, Бачурка, 2017: 99). Однако, стоит отметить, что авторы понимают одобрение как «выраженное в вербальной форме признание хорошим, правильным, допустимым какого-либо действия объекта одобрения согласно нормам, установленным в данном обществе или собственным убеждениям говорящего», т.е. как РА, оценочная составляющая которого основана на общепринятых представлениях, что сближает данное определение с определением похвалы, данным Р.В. Серебряковой. Таким образом, критерий рациональности/эмоциональности представляется спорным для однозначного противопоставления вышеназванных речевых актов. На наш взгляд, похвала может быть выражена на основании как рациональной, так и эмоциональной оценки.

В настоящем исследовании за основу определения похвалы взята дефиниция, данная Н.А. Трофимовой: это «демонстративное выражение особого одобрения партнера по поводу его поступка (поведения), исключительных успехов (по меньшей мере, выходящих за рамки требований нормы), имеющее целью вызвать его положительную эмоциональную реакцию» (Трофимова, 2007:62). Однако, мы считаем необходимым уточнить току зрения Н.А. Трофимовой: как показывает анализ исследований в области положительно-оценочных РА, похвала может относиться не только к поведению и поступкам адресата, но и к его внешнему виду, хоть и значительно реже. И.Г. Дьячкова отмечает, что эти поступки можно разделить на две группы: «те, которые являются однозначно оцениваемыми, поскольку соотносятся с нормами, принятыми в обществе, и те, которые могут получать ту или иную оценку в зависимости от субъективного к ним отношения, поскольку прямо с нормами не соотносятся» (Дьячкова, 1998:57). Таким образом, в нашей работе мы понимаем

похвалу как выражение одобрения партнёра по поводу его поведения, поступка, внешнего вида и др., целью которого является положительная эмоциональная реакция адресата.

Основными чертами похвалы являются её эксплицитность, индивидуальная отнесённость, оценочность. Данный речевой акт находится в поле взаимодействия человека и окружающего мира в системе ценностей; оценочная прагматическая составляющая связана с психоэмоциональным аспектом.

Необходимо обратить особое внимание на то, что в повседневной речи зачастую высказывания, по форме представляющие собой похвалу, могут иметь противоположную интенцию. Так, например, исследователи неоднократно отмечали, что косвенный речевой акт упрёка может реализоваться в виде похвалы: «ироничные упрёки реализуются посредством этикетных речевых актов, ингерентно выгодных для адресата (речевые акты похвалы, благодарности, поздравления)» (Каразия, 2005: 227). Данное явление получило в зарубежной литературе название *blame-by-praise irony*; этот иронический приём считается одним из наиболее распространённых, наряду с упрёком-самокритикой. В русском языке такие высказывания также частотны; в устной речи они выделяются интонационно.

То, является ли высказывание, представляющее по форме похвалу, прямым или косвенным речевым актом, определяется прагматическими факторами в рамках конкретной коммуникативной ситуации. В связи с этим представляется важным установить, какие именно факторы необходимо учитывать, чтобы установить интенцию говорящего.

Речевой акт похвалы имеет национальную специфику: так, культура обуславливает объект похвалы, её уместность в той или иной ситуации, реакцию адресата и т.д. Оценочность, заложенная в похвале, опирается на принятые в лингвокультурном сообществе представления, ценностные ориентиры и нормы поведения. Как отмечалось ранее, наиболее концентрированно в языке ценности

выражены в паремиологическом фонде, поэтому прагмалингвистический анализ паремий представляется адекватным методом их для выявления и описания ценностных и поведенческих установок в рамках этого речевого акта.

1.2.3. Прагматическая характеристика паремий

Прагматический потенциал паремий весьма велик, что неоднократно отмечалось исследователями (см. Сидоркова, 1999; Фролова, 2007; Горбань, 2010; Ойноткинова, 2012; Семененко, 2012; Свалова, 2016; и др.). Так, например, Г.Л. Пермяков пишет, что данные единицы отличает «повышенная прагматичность», поскольку они назидательны и, как правило, выражают некое побуждение или суждение (Пермяков, 1970).

Паремиологический фонд аккумулирует аксиологические установки этноса, представляя собой совокупность негласных правил и конвенций. В.И. Карасик считает, что «нормативные ситуации отражены в языке и в наиболее эксплицитном виде представлены в пословицах, которые в сжатом виде содержат наиболее существенные предписания и оценки поведения людей» (Карасик, 2004). Таким образом, прагматическая функция паремий как своеобразных «ориентиров» общения не вызывает сомнения.

Вместе с тем прагматика пословиц и поговорок не ограничивается ценностной составляющей их семантики. Учёные считают, что данные устойчивые высказывания могут выступать как способ выражения разнообразных социально значимых коммуникативных интенций говорящего, т.е. непосредственно в качестве речевого акта (или речевого действия). Паремии, как считает Е.Н. Свалова, «встраиваясь в выражение тех или иных этикетных или ритуальных значений, <...> оформляются в определенные жанровые формы» (Свалова, 2016: 91-92). На примере диалектных паремий Прикамья, исследователь показывает разнообразие речевых жанров, представленное в пословицах и поговорках: это приветствия, прощания, извинения, соболезнования, пожелания, просьбы, благодарности, советы, похвала, замечания, порицание, просьба, отказ и др. Паремии используются в

соответствующих коммуникативных ситуациях; они отражают в речи многократно повторяющиеся в жизни человека виды социального взаимодействия.

Как речевые действия, паремии также рассматривает Г.Д. Сидоркова, отмечая, что данные единицы не в равной степени прагматически маркированы. Значительное количество паремий являются полифункциональными, заключая одновременно несколько прагматических установок, и в зависимости от контекста одна и та же паремия может выражать эти установки в большей или меньшей степени. При этом комбинации этих установок являются закономерными: «они формируют характерные сочетаемостные конstellляции, обычно обусловленные смысловым содержанием соответствующих паремий» (Сидоркова, 1999:49). В качестве примера можно привести такие сочетания, как совет – (само)оправдание, побуждение – обоснование своих действий и т.д. Соответственно, автор рассматривает регулятивные функции паремий в рамках характеристики речевых действий, которые осуществляют данные единицы. Этому подходу придерживается и И.В. Горбань, дополняя и расширяя перечень функций паремий, основываясь на материале художественных текстов (Горбань, 2010). Кроме того, коммуникативная ценность пословиц и поговорок связана с их уместностью применительно к конкретной ситуации. Их использование может стать «украшением» речи говорящего; употребляя паремии, адресант «контролирует ключевые позиции в структуре вербального общения» (Сидоркова, 1999:202).

Значительное количество исследований посвящено прагматике паремий в текстах СМИ. Публицистический дискурс предполагает прагматический подход автора текста к отбору языковых средств для оказания необходимого речевого воздействия на адресата. При этом адресат публицистического текста – это адресат коллективного характера, что обусловлено односторонностью массовой коммуникации. Следовательно, выбор языковых средств ориентирован на усреднённого, массового читателя, и это предполагает использование автором

публицистического текста постоянных, устойчивых языковых элементов. Достаточно часто в роли таких элементов выступают поговорки, причем нередко в трансформированном виде. Во-первых, они являются для адресата сигналом его принадлежности к данному лингвокультурному сообществу, так как составляют «расхожий инвентарь массового искусства и осознаются обществом как неотъемлемая часть его социального бытия» (Винокур, 1980). Во-вторых, поговорки поддерживают авторитетность мнения автора текста, поскольку апеллируют к народной мудрости, общепринятым нормам и представлениям. Так, например, Ю.А. Воронцова считает, что «коммуникативная востребованность поговорок в качестве номинативных единиц эмотивно-оценочного характера обусловлена желанием адресанта и обозначить референтную ситуацию, и выразить собственное отношение к ней, и отправить эту информацию адресату, тем самым воздействовать на него определенным образом» (Воронцова, 2014:164). Исследователь выделяет ряд коммуникативных установок, которые могут быть реализованы в текстах СМИ с помощью поговорок, причём каждая из установок имеет конечной целью формирование у адресата определённого мнения относительно того, о чём говорится в тексте.

Таким образом, главной функцией поговорок в тексте с точки зрения прагматики становится функция речевого воздействия, предполагающая формирование у адресата восприятия смысла, необходимого говорящему. Однако, Г.Д. Сидорова подчеркивает, что «не всякое использование пословиц и поговорок является корректным»: они могут служить средством манипуляции, введения в заблуждение (Сидорова, 1999:202). В связи с этим автор полагает, что необходимо формировать коммуникативную компетенцию так, чтобы она включала способность критически относиться к «народным истинам», учитывая контекст их употребления.

Анализируя поговорки как «прагматически заряженные» единицы, И.Ю. Моисеева и Е.В. Чудина выделяют их частные прагматические функции: 1) функция привлечения внимания адресата; 2) функция акцентуации

коммуникативно значимых элементов; 3) функция компрессии информации (Моисеева, Чудина, 2004:171). Эти функции в той или иной степени присущи всем пословицам и поговоркам. Основной же, по мнению исследователей, является моделирующая функция – это способность паремии создавать словесную модель той или иной жизненной ситуации, воплощая её в наглядный образ.

Функция моделирования внеязыковой ситуации представляется особо важной при анализе референциальных механизмов паремии. Так, О.Е. Фролова, рассматривая референцию пословицы, подчеркивает, что уместность употребления данной единицы в речи основана на сходстве пословичной и экстралингвистической ситуаций (Фролова, 2007:58). При этом исследователь отмечает, что существует два режима функционирования пословицы: неактуализованный и актуализованный. В зависимости от режима референциальное пространство пословицы меняется: при неактуализованном режиме (например, при чтении словаря) это пространство фикционально; при актуализованном – пословица направлена на внеязыковую действительность, поэтому только в этом режиме можно говорить о референции. М.А. Черкасский описывает функционирование паремий во втором режиме следующим образом: «Информативен не текст паремии “внутри себя”, а лишь выбор данной паремии как целого и её использование в определённой ситуации» (Черкасский, 1978: 39).

Важнейшими характеристиками паремий являются ситуативность, обобщенность и антропоцентричность. Если обобщённость пословиц и поговорок более явно предстаёт в неактуализованном режиме употребления, то ситуативность и антропоцентричность, в свою очередь, лежат в основе актуализованного режима. Неактуализованный во времени предикат и обобщённость именных групп, как считает О.Е. Фролова, позволяют паремиям быть приложимыми к различным экстралингвистическим ситуациям или к классам ситуаций, в чём и проявляется их ситуативность (Фролова, 2007: 51).

Таким образом, основная прагматическая функция паремий – это моделирование ситуации, соотносимой с референтной. Перед тем, как употребить пословицу или поговорку в речи, говорящий должен проанализировать действительность и соотнести результаты этого анализа с пословичной ситуацией. Также, паремии могут использоваться для выражения различных коммуникативных установок говорящего. Кроме того, паремии выступают ценностными ориентирами общения и обладают функцией речевого воздействия на адресата. Прагматические смыслы, заложенные в паремиях, являются актуальными в современном дискурсе.

Выводы

Паремии как объект исследования привлекают внимание лингвистов различных областей – фразеологов, лингвокультурологов, фольклористов, специалистов по теории коммуникации. Такой интерес к данным единицам объясняется тем, что по своим коммуникативным и семантическим свойствам они выражают широкий спектр значений и смыслов. Несмотря на большое количество исследований, посвящённых паремиям, вопрос о лингвистическом статусе данных единиц и их месте в системе языка остаётся дискуссионным. В настоящем исследовании мы исходим из широкого понимания паремии как родового наименования различных групп устойчивых высказываний, включающего пословицы, поговорки, приметы и устойчивые выражения. При этом паремические единицы отнесены к фразеологическому фонду языка.

Паремиологический фонд языка предоставляет богатый материал для исследования связи языка и культуры в разных аспектах. Особая лингвокультурологическая ценность паремий подтверждается тем, что исследователи отдельно выделяют паремиологическую картину мира как часть языковой картины мира. В семантике пословиц и поговорок проявляются культурные коды, через которые осуществляется связь данных языковых единиц с культурой определённого этноса. Кроме того, в паремиях закреплены принятые в данном лингвокультурном сообществе правила общения, этикетные нормы, связанное с привычками и обычаями социально-ролевое поведение человека. Учёными неоднократно подчёркивается, что в паремиях в концентрированном виде отражаются ценностные установки общества, оценки типичных ситуаций. Таким образом, эти единицы становятся общепринятыми ценностными ориентирами, выстраивая в сознании носителей языка аксиологическую модель мира.

Не менее перспективным и актуальным на сегодняшний день является изучение паремий в прагмалингвистическом аспекте. С точки зрения прагматики, данные единицы могут быть рассмотрены в свете теории речевых

актов, что позволяет выявить специфику их функционирования как способа выражения коммуникативных интенций адресанта. Также, паремии исследуются как средство речевого воздействия на адресата, что особенно важно в текстах СМИ, где формирование у адресата определённого мнения является основной целью адресанта. Уместность использования паремий в речи, а также их интерпретация обусловлены коммуникативной ситуацией, в связи с чем ситуативность признается одним из главных признаков данных единиц, а функция моделирования внеязыковой ситуации – основной их функцией.

Глава 2. ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЕ И ПРАГМАТИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ ПАРЕМИЙ В РЕЧЕВОЙ СИТУАЦИИ ПОХВАЛЫ

2.1. Отбор и классификация материала исследования

2.1.1 Отбор материала исследования

Известно, что на характер осмысления высказывания влияют различные социальные (культурные) нормы – это общественные установки, которые служат дополнительной системой кодирования смыслов. Эти нормы выступают пресуппозицией к общению, наслаиваясь на семантический смысл высказывания, и представляют собой некую систему сложившихся взглядов, мнений и оценок. Владение этими нормами входит в прагматическую компетенцию участника общения.

Одним из ключевых тезисов теоретической главы настоящего исследования является утверждение о том, что паремиологическая картина мира является аксиологической моделью мира, в которой одновременно обобщается коллективный опыт и содержатся некие ориентиры и рекомендации на его основе. Таким образом, можно утверждать, что в паремиях выражаются культурные нормы, при этом наиболее явно по сравнению с другими языковыми единицами. Вышесказанное объясняет, почему данные единицы были выбраны в качестве материала для лингвокультурологического и прагматического анализа в рамках определённой речевой ситуации.

Прагматические возможности паремий тесно связаны с их семантикой, с регулятивностью и дидактичностью, присущими ей. Проблема заключается в том, что носители русского языка (и культуры) используют ценностные ориентиры, заложенные в паремиологической картине мира, практически бессознательно. Те же, для кого русский язык не является родным, не имеют той же когнитивной базы и, соответственно, не знакомы с провербиальным нарративом интерпретации различных ситуаций. Поэтому, на наш взгляд, анализ и комментарий поведенческих установок, заключённых в паремиях, необходим

с практической точки зрения, несмотря на то что пословицы являются наиболее эксплицитным способом их выражения в языке.

Как отмечалось ранее, в основе пословицы лежит некая проблемная ситуация, связанная, как правило, с моральным выбором или этической оценкой человека и его действий, т.е. так называемая аксиогенная ситуация. Речевую ситуацию похвалы можно отнести к таким ситуациям, поскольку похвала находится в поле взаимодействия человека и окружающего мира в системе ценностей, оценочность является одним из главных её свойств. Пресуппозицией к речевому акту похвалы выступает целый ряд условий, которые необходимо учитывать при общении. Этими условиями в том числе являются принятые в обществе нормы вежливости, приличия, правила социально-ролевого поведения.

В качестве материала для настоящего исследования из словарей пословиц и поговорок методом направленной выборки были отобраны паремии, связанные с речевой ситуацией похвалы и раскрывающих определённые аспекты этого речевого акта – например, самопохвалу, уместность похвалы в том или ином случае, определение поступков или явлений, заслуживающих похвалы и т.п. В тех словарях, где используется идеографический принцип организации материала, языковые единицы были взяты из соответствующих тематических блоков – «похвала», «лесть», «похвальба», «самопохвала» и т.п. Из «Словаря русских пословиц и поговорок» В.П. Жукова, где паремии расположены в алфавитном порядке, исследуемые единицы были отобраны с помощью алфавитного указателя по ключевым словам «хвалить», «похвала», «хвалёный».

Общий объём выборки составил 125 паремий; её большую часть занимают пословицы, что вполне ожидаемо, поскольку, как отмечалось ранее, пословицы и поговорки составляют приблизительно 75% всего паремиологического фонда языка. Также, в состав выборки вошли паремии, которые формально представляют собой прямой речевой акт похвалы, однако, интенция говорящего при их использовании зачастую противоположна. Эти примеры ироничной похвалы, на наш взгляд, должны рассматриваться отдельно.

Поскольку паремии являются знаками ситуаций, для полного и основательного анализа необходимо было привлечь контексты их употребления в речи, т.к. функционирование исследуемых единиц тесно связано с их прагматической характеристикой. Контексты для анализа были отобраны из Национального корпуса русского языка.

2.1.2 Классификация материала исследования

Паремии имеют прескриптивный характер: они апеллируют к той или иной социальной (культурной) норме. Как считает В.И. Карасик, эта апелляция может происходить в прямой или косвенной форме в зависимости от грамматической формы предиката (Карасик, 2019:19). В паремиях, предикат которых выражен формой императива, фиксируются прямые указания к тому, как следует или не следует поступать, – это *призывы*; их можно рассматривать как готовый набор правил. Пословицы, предикат которых выражен личной формой глагола или именной группой, представляют собой утверждения, *констатации*, которые принимаются носителями языка как морально-этические аксиомы.

Анализ материала показал, что классификация по грамматическому выражению предиката, предложенная В.И. Карасиком, органично применима к исследуемым единицам и позволяет выделить прагматические особенности их отдельных групп. Однако, следует учесть, что такое деление в работе В.И. Карасика применяется к пословицам, в то время как в выборку нашего исследования попали также устойчивые этикетные выражения: грамматическая форма их предиката соответствует группе констатаций, однако они логически не являются утверждениями и не могут быть вписаны в рамку «следует иметь в виду, что...». Таким образом, отобранные паремии были разделены на призывы (37 единиц: *Не хвались под гору, хвались в гору; Не хвались печью в нетопленной избе* и др.) и констатации (80 единиц: *Всяк кулик своё болото хвалит; Похвала молодцу порча* и др.), отдельную небольшую группу образуют устойчивые выражения – т.н. молвушки (5 единиц). С полным перечнем собранных единиц можно ознакомиться в Приложении 1.

Классифицируя паремии по грамматическому признаку, необходимо иметь в виду, что полностью смысл паремий не считывается с их внешней формы, но и на поверхностном уровне языковое выражение, несомненно, отражает особенности осмысления речевой ситуации похвалы носителями языка. В связи с этим, на наш взгляд, необходимо обратить внимание на лексические и синтаксические средства в исследуемых паремиях.

Для выявления интенций говорящего, прагматических установок, задаваемых рассматриваемыми паремиями в качестве речевых действий, в нашей работе мы обратимся к упомянутому ранее исследованию Г.Д. Сидорковой. Автор выделяет следующие установки, которые могут быть реализованы с помощью пословиц: парирование, урезонивание, предостережение или угроза, обличение или упрек, сетование, (само)оправдание, обоснование, успокаивание, побуждение, совет (Сидоркова, 1999).

Употребление паремий в речи представляет собой сложное явление, их прагматическое значение не ограничивается иллокутивной функцией. Данные единицы являются знаками ситуаций, т.е. при использовании в речи они актуализируют фреймовую структуру, включающую коммуникантов и отношения между ними, а также некий предтекст (пресуппозицию). При этом следует учитывать, что употребление паремии всегда есть некая реакция говорящего на ситуацию действительности, соотносимую в его сознании с типовой ситуацией, заключенной в паремии. Эта реакция может быть направлена на:

- 1) первое лицо, т.е. на самого говорящего: это выражение отношения к собственным словам и поступкам;
- 2) второе лицо, т.е. на адресата высказывания, например, при оценке его слов или действий;

3) «третье лицо», т.е. на человека, который не является непосредственным участником коммуникации, или на некую внешнюю ситуацию действительности, подвергшуюся осмыслению и оценке говорящего.

Учитывая вышесказанное, в данной работе при анализе конкретных употреблений паремий обращается внимание не только на прагматические установки, выделенные Г.Д. Сидорковой, но и на коммуникативный режим, в котором она употребляется, и сопутствующие компоненты ситуации.

В рамках настоящего исследования подробно рассматривается группа пословиц-призывов. Тем не менее, в ходе анализа и описания этой группы привлекаются примеры паремий из других групп, для того чтобы показать наличие в них тех же поведенческих установок, образов и т.п. или, напротив, чтобы отразить какие-либо изменения в употреблении исследуемых паремий.

2.2. Функционально-прагматические характеристики паремий-призывов

Рассмотрим группу призывов. Форма императива в этих паремиях задаёт коммуникативный режим, в котором происходит прямое обращение к собеседнику.

Для того чтобы провести комплексный анализ выбранной группы пословиц, на наш взгляд, необходимо остановить своё внимание на следующих аспектах: а) способы отражения поведенческих норм и установок в структуре пословицы и образах, лежащих в их основе («как, каким образом?»); б) сами заложенные в пословицах поведенческие нормы и установки («что?»); в) прагматические функции пословиц как речевых действий («зачем?»). При таком описании исследуемого материала затрагиваются структурные, семантические и функционально-прагматические особенности паремий.

2.2.1. Структурные и семантические особенности паремий-призывов

Обратимся к особенностям структуры и семантики исследуемых пословиц, с целью выявить, какие синтаксические конструкции в них частотны, как они соотносятся со смыслом и типовой ситуацией, заложенной в паремиях. Стоит

отметить, что структурно-семантические особенности единиц данной группы находятся также в тесной связи с прагматическими характеристиками.

Предикат пословиц-призывов выражен формой императива, при этом практически во всех случаях (за исключением пословиц *Нахвалу оберегайся, а похулить и сам сумеешь. Похуля — опозоришь; похвали — опризоришь (сглазишь).*) это форма повелительного наклонения от глаголов *хвалить/хвалиться* и их контекстных синонимов в утвердительной или отрицательной форме (т.е. с частицей *не* или без неё).

При распределении призывов на четыре подгруппы по форме глагола (*хвали — не хвали — хвались — не хвались*) было обнаружено, что императив с отрицанием представлен в значительно большем количестве пословиц, нежели императив без отрицательной частицы (с классификацией можно ознакомиться, обратившись к Приложению 2). Данное наблюдение позволяет подтвердить предположение о том, что в рамках данного фрагмента паремиологической картины мира похвала и самопохвала представляются, как действия нежелательные, требующие соблюдения набора прескрипций.

Глаголы *хвалить* и *хвалиться* представляют два близких по семантике речевых действия – похвалу и самопохвалу. Самопохвалу или похвальбу можно рассматривать как частный случай похвалы, как нетипичную ролевую модель этого жанра. С.В. Волынкина называет эту реализацию речевого жанра похвалы автопохвалой: «автопохвала реализуется в высказывании, автором, адресатом и объектом оценки которого является одно и то же лицо» (Волынкина, 2016: 201). Отобранные пословицы позволяют выявить поведенческие установки, связанные и с похвалой, и с самопохвалой.

Рассмотрим пословицы с императивом глагола *хвалить* (*хвали/ не хвали*), т.е. те пословицы, которые связаны непосредственно с похвалой. Как правило, смысловая структура этих единиц двухчастна и представлена двумя типами: 1) рекомендация/совет + обоснование, объяснение; 2) две рекомендации с глаголами, выражающими противоположную направленность действия. Первый

тип более разнообразен в плане выражения, поэтому остановимся на нём более подробно.

Рекомендация в пословицах первого выделенного нами типа заключена в форме императива (*хвали, не хвали, не спеши хвалить, не хвалите, не захваливай* и т.д.) Она вынесена в начало высказывания и является смысловым центром, что соответствует специфике пословиц, выполняющих, прежде всего, дидактическую функцию.

Что касается формального выражения объяснения этой рекомендации, оно представлено различными грамматическими формами и синтаксическими средствами. Так, например, есть единицы, где причина заключена во второй части бессоюзного сложного предложения (*Не хвалите (ребенка), бесами не стравите*), причем эта часть может отделяться двоеточием – пунктуационным знаком, который, как известно, ставится, если вторая часть поясняет, дополняет содержание первой части или указывает причину того, о чём говорилось в первой части (*Не хвали: половина хвой; Не захваливай: дай людям похаять*). В этих единицах, таким образом, выражение обоснования поучения выражено наиболее эксплицитно – хвалить нельзя из-за опасности «стравить бесами» (т.е. сглазить), из-за того, что объект не заслуживает похвалы по своим качествам, а также из-за того, что нужно сохранять баланс между похвалой и критикой.

Несколько пословиц в качестве обоснования заключающейся в них рекомендации указывают **преждевременность похвалы**, её неуместность в данных обстоятельствах. На уровне языковых средств это выражается, например, грамматически – с помощью подчинительных временных союзов *пока* (*Не хвали тива в сусле, а сына, пока борода не вырастет; Не спеши волчонка хвалить, подожди, пока зубы вырастут*) и *когда* (*Хвали сон, когда сбудется*). На уровне лексических средств эти смыслы выражаются метафорически, с помощью образов, обозначающих начальную (*в сусле, в озими*) или конечную (*в стогу, в гробу, вечером*) стадию, состояние чего-либо. При этом внутренняя форма паремии становится основным способом организации её значения: она

обеспечивает образно-ассоциативное восприятие обозначенной в паремии ситуации.

Таким образом, на основе анализа пословиц первого типа можно выделить основные причины, из-за которых похвала воспринимается членами языкового сообщества с опаской или негативно: во-первых, это вероятность сглазить, похвалив; во-вторых, это неуместность похвалы из-за несоответствия по качеству объекта похвалы; в-третьих, это преждевременность похвалы.

Второй тип пословиц, связанных с похвалой, – это высказывания с двумя рекомендациями, выраженными глаголами противоположной направленности действия. Этот тип представлен рядом пословиц, где вместе с похвалой упоминается и противоположный ей по значению речевой акт – «хула», т.е. осуждение, порицание кого/чего-л.:

- Чего хвалить не умеешь, того не хули.
- Худого не хвали, а хорошего не кори!
- Чужого не хай, своего не хвали!
- Сам себя ни хвали, ни хули.
- Нахвалу оберегайся, а похулить и сам сумеешь.
- Похуля — опозоришь; похвали — опризоришь (сглазишь).
- Не хвали в очи, не брани за глаза.
- В глаза не хвали, за глаза не кори.

Эти пословицы построены, таким образом, на антитезе *похвала – хула*, которая, например, в пословицах *Худого не хвали, а хорошего не кори!* и *Чужого не хай, своего не хвали!* поддерживается антитезами *худой – хороший, чужой – свой*, а также синтаксически с помощью противительного союза *а*. Эти пословицы отражают представление народа о том, что не только хвалить, но и ругать нужно уметь в соответствии с принятыми морально-этическими нормами.

Так, в пословицах фиксируется следующая установка: нельзя хулить то, что ты не можешь похвалить – т.е. не приветствуется односторонний взгляд на ситуацию, критика без поощрения. Ту же установку мы встречаем в упомянутой

ранее пословице *Не захваливай: дай людям похаять*. В рассматриваемой группе пословиц актуализируется представление о том, что **критиковать проще, чем хвалить**, особенно же легче человеку искать отрицательные стороны в чём-то хорошем и чужом. Это представление фиксируется также, например, в широко известной пословице *В чужом глазу сучок видит, а в своём – бревна не замечает*. Таким образом, эта подгруппа призывов содержит в себе установки, которые находят отражение в паремиологической картине мира и за пределами анализируемого в работе фрагмента.

Прескрипции относительно похвалы в высказываниях второго типа отчасти повторяют те, которые содержатся в пословицах первого типа – это, например, **боязнь сглаза из-за похвалы** (*Нахвалу оберегайся, а похулить и сам сумеешь; Похуля — опозоришь; похвали — опризоришь (сглазишь)*), **неодобрительное отношение к незаслуженной похвале** (*Худого не хвали, а хорошего не кори!*). Кроме того, в рассматриваемой группе пословиц находит отражение ещё одна поведенческая установка – это **неодобрительное отношение к порицанию кого-л. в его отсутствии**, т.е. «за глаза», наряду с, соответственно, **неодобрительным отношением к прямой похвале «в глаза»** (*Не хвали в очи, не брани за глаза; В глаза не хвали, за глаза не кори*). Второе может быть связано с упомянутой выше боязнью сглаза.

Обратимся к анализу пословиц-призывов, которые связаны с самопохвалой, т.е. пословиц с формой императива от глагола *хвалиться*. Отношение к похвальбе, отражённое в исследуемом фрагменте ПКМ, представляется ещё более категоричным, чем к похвале. Прежде всего, об этом свидетельствует число пословиц с рекомендацией *не хвались*, которое значительно превышает число единиц с утвердительной формой.

Что касается немногочисленных примеров пословиц, в которых представлена только форма *хвались* (т.е. не учитывая пословицы, где встречаются и утвердительная и отрицательная формы), отметим, что во второй их части содержится предостережение, что говорит о том, что похвальба

воспринимается говорящим неодобрительно, как нежелательное действие, которое может повлечь за собой проблемы: *Хвались, да не поперхнись (не подавись)! Хвались, да назад оглянись!*

С точки зрения структуры примечательна небольшая группа пословиц с обращением: *Не хвались, горох, не лучше бобов; Не чванься, горох, перед бобами, будешь сам под ногами; Не хвастайся, корова, есть лошадь поворовей; Не хвались, нищий, сумою, как люди дадут.* Они построены по одной модели «рекомендация – обращение – обоснование рекомендации», при этом в смысловом отношении они также содержат схожие установки. Похвальба осуждается говорящим, и это обосновывается недостаточной её мотивированностью: в ситуации, когда употребляются эти пословицы, хвальный, по мнению говорящего, не соответствует предъявляемым критериям, не заслуживает похвалы, поскольку объективно недостаточно или ничем не выделяется (*не лучше, есть поворовей*) на фоне других. В образах, которые положены в основу этих пословиц и которые используются в качестве обращения, также заключается ироничное, неодобрительное или даже уничижительное отношение говорящего к адресату за счёт возникающих в сознании носителей языка культурно-детерминированных коннотаций. Более подробно эти коннотации описаны в следующем параграфе работы.

Пословицы, связанные с похвальбой, имеют структуру, схожую с описанной ранее группой с глаголом *хвалить*. Они также состоят из двух смысловых компонентов, один из которых – рекомендация (запрет хвалить самого себя), а другой – как правило, её обоснование. Примечательно, что в ряде пословиц в качестве обоснования даётся другая рекомендация, которая указывает на подходящие условия для совершения вышеупомянутого речевого действия:

- Не хвались под гору, хвались в гору.
- Не хвались идучи (едучи) на рать, а хвались идучи (едучи) с рати.
- Не хвались, в поле едучи, хвались из поля.

- Не хвались женой в семь дён, а хвались в семь лет
- Не хвались в год, хвались в три года (а хвались в рот). и др.

Как можно заметить, поведенческие установки, зафиксированные в представленных пословицах, повторяют уже обнаруженные в предыдущих рассмотренных примерах пословиц-призывов. Например, равно похвала и самопохвала **оцениваются неодобрительно** в случае, **когда они преждевременны**, когда они высказываются **до получения значимого, видимого результата** (ср. также: *Не хвались, нищий, сумою, как люди дадут; Не хвались печью в нетопленной избе. и др.*). На уровне лексических и грамматических средств противопоставление неподходящих и подходящих для похвалы условий поддерживается использованием антонимичных предлогов (*под гору – в гору, на рать – с рати, в поле – из поля*), контекстуальных антонимов (*семь дён – семь лет*, как представление краткого и долгого срока) и союза *а*.

Похвальба в целом воспринимается членами языкового сообщества отрицательно, о чём свидетельствуют, например, следующие единицы: *Сам не хвались, жди, когда другие похвалят; Сам не хвались, как люди похвалят; Сам себя не хвали, жди, когда тебя другие похвалят*. Народная мудрость призывает к тому, чтобы позволить окружающим оценить себя, и такая оценка, как правило, будет более объективна и более справедлива. Таким образом, отношение к самопохвале в пословицах предстаёт негативным, но при этом в различной степени – это может быть неодобрение из-за несоответствия заданным в обществе представлениям о том, в каких случаях можно хвалить самого себя, или же отрицательное отношение в целом, приравнивание её к хвастовству и бахвальству.

Следовательно, можно отметить, что в рассматриваемом фрагменте ПКМ в выделенных группах прослеживается прагматическая градация между входящими в них паремиями, которые отличаются нормами, к которым они апеллируют, и степенью оценки.

Итак, анализ семантики исследуемых пословиц-призывов позволил выявить следующие зафиксированные в них представления и поведенческие нормы:

- похвала может сглазить; (1)
- похвала и особенно похвальба в целом не одобряются языковым сообществом; (2)
- похвальба может привести к плохим последствиям; (3)
- не следует хвалить преждевременно; (4)
- не следует хвалить не по заслугам; (5)
- не следует хвалить в глаза и ругать за глаза; (6)
- оценка должна быть объективной и включать как указание на сильные стороны (похвала), так и на слабые (порицание). (7)

В теоретической главе настоящего исследования была приведена классификация норм, выведенная В.И. Карасиком на основе пословичного материала: согласно этой классификации, нормы могут быть моральными (этическими) и утилитарными. В большинстве анализируемых пословиц отражаются моральные нормы, следуя которым человек делает выбор в пользу интересов других людей, а именно нормы взаимодействия (*Не хвалите (ребенка), бесами не стравите*), контакта (*Не хвались печью в нетопленной избе*) и контроля (*Чужого не хай, своего не хвали*). Лишь в нескольких пословицах представлены утилитарные нормы: *Хвались, да не поперхнись (не подавись)!* *Хвались, да назад оглянись! Делай — не хвались (не хвалясь), а Богу помолись (помолясь)!* Речевая ситуация похвалы оказывается, таким образом, в сфере действия этических норм, нарушение которых разрушает основания общественного устройства, и эти нормы, соответственно, диктуют моральные стереотипы поведения.

Перечисленные выше нормы и представления о похвале обнаруживаются и в группе пословиц-констатаций. Так, например, представление о том, что похвала может сглазить (1) содержится в пословицах *Хвала первая порча;*

Похвала молодцу порча. То, что похвальба может привести к печальным последствиям (3), фиксируется в пословицах *Похвалился, да и подавился; Чем похвалишься (хвалился), тем и подавишься (подавился)*, а преждевременность (4) и незаслуженность похвалы (5) осуждается, например, в следующих единицах: *Не хвальна похвала до дела; Хвалить не устать, было бы под стать; Репой да брюквой не хвалятся* и др. Представления об объективности оценки и соотношении между похвалой и хулой (6-7) содержатся в пословицах *Лучше умная хула, чем глупая хвала; Иная похвала стоит брани; В глаза выхваляют, а за очи ругают; Коли день хвалить, так ночь бранить (корить); В очи хвала, что по заочью (по заглазью) хула* и др.

Таким образом, выявленные в результате анализа пословиц-призывов культурные нормы и представления в общем характеризуют отношение членов языкового сообщества в рамках всего исследуемого фрагмента ПКМ.

2.2.2. Функционально-прагматические характеристики паремий-призывов

Паремия является знаком типовой ситуации, и её употребление в речи позволяет говорящему сопоставить эту ситуацию и конкретную коммуникативную ситуацию действительности, но это сопоставление может выполняться с различными целями, т.е. интенциями. Прагматика паремий заключается, таким образом, прежде всего, в задаваемых ими речевых действиях.

На наш взгляд, стоит также отметить специфическую черту паремий, которая заключается в том, что прагматический потенциал этих устойчивых формул формируется в том числе и их жанровой принадлежностью. Так, например, из дидактичности, присущей пословице как жанру, логически вытекают прагматические характеристики говорящего-«поучающего» (его статус, возраст, характер отношений с адресатом и т.д.).

Обратимся к пословицам-призывам с целью выявить реализуемые с их помощью коммуникативные интенции. Грамматическая форма предиката пословиц-призывов – императив – сама по себе является формой, которая

обозначает попытку говорящего каузировать кого-либо совершить (или наоборот не совершать) некоторое действие. Собственно побудительная семантика императива включает следующие семантические типы побуждения: приказ, требование, просьба, совет, разрешение, предупреждение и пожелание.

Соотнеся эти типы побуждения с речевыми действиями, которые могут быть реализованы с помощью пословиц, мы видим, что совпадают интенции совета и предупреждения (у Сидорковой Г.Д. – предостережение). Кроме того, среди десяти интенций, выделенных Г.Д. Сидорковой, есть интенция побуждения, которая также обычно реализуется в речи с помощью формы императива.

Н.Р. Добрушина отмечает, что «интерпретация конкретного употребления императива зависит от интонации, контекста, прагматических факторов, поэтому в письменном тексте конкретный семантический тип побуждения часто не определяется» (Добрушина, 2014). Более того, было бы несправедливо полагать, что пословицы-призывы в речи реализуют только те интенции, выражение которых характерно для глагольной формы их предиката. В связи с этим обратимся к контекстам употребления исследуемых единиц, чтобы найти примеры того, как они служат выражением различных речевых действий.

В ходе исследования были проанализированы контексты употребления пословиц, взятые из Национального корпуса русского языка. Эти контексты охватывают широкий временной промежуток. При этом для контекстов XIX-XX вв. характерно употребление пословицы в рамках прямой речи – речи героев произведений художественной литературы:

1. – *Бояться тут особенно нечего, а просто надо держать ухо востро и спать попеременно: сначала ты поспишь, потом я посплю*

– *Да, удержишься ты, ежели я засну! Как-же, дожидайся! Ты первый соня.*

– *Не хвались, горох, и ты не лучше бобов. А я вот лучше опять выну из саквояжа револьвер и спрячу его в боковой карман. Пусть они видят, что мы все-таки при оружии.* [Н. А. Лейкин. Наши за границей (1890)]

В приведенном отрывке из художественного текста мы видим диалог супругов, которые едут в купе с двумя незнакомыми попутчиками. Героиня выражает своё недоверие к словам мужа о том, что он сможет бодрствовать, пока она спит, на что герой отвечает ей пословицей – *Не хвались, горох, и ты не лучше бобов*. Тем самым он показывает, что нападки супруги неуместны в данном случае, поскольку она сама не может держаться и не засыпать. Речевое действие, реализуемое пословицей, – это **парирование**, т.е. отражение и опровержение чьих-либо доводов в споре, а также **обличение**, поскольку говорящий высказывает правду об адресате, разоблачает его.

2. — *А мастера? Где вы найдете квалифицированных мастеров, чтобы делали за спасибо?*

— *Мы сами мастера, — сказала Клава Ивановна. — Он думает, со всеми надо объясняться, как с ним. Если завтра привезут цемент, можно сбросить его в прачечной или он схватится от сырости?*

— *Не хвались идучи на рать, а хвались идучи с рати, — ответил Лапидис. — Сначала достаньте цемент.*

— *С рати или не с рати, не твое дело, — рассердилась мадам Малая. — Отвечай по существу.* [Аркадий Львов. Двор (1981)]

Перед нами диалог инженера Лапидиса и Клавы Ивановны – ответственной за исполнение работ, порученных комиссии под председательством Лапидиса. Между героями деловые отношения, причем Клава Ивановна имеет статус выше, чем Лапидис, что отражается также в ты/Вы-формах (*не твое дело, отвечай – вы найдете, достаньте*). Однако, речь обоих героев достаточно фамильярна, и несмотря на то, что обсуждаются рабочие вопросы, в ней есть разговорные выражения, нехарактерные для делового дискурса (*делать за спасибо, не твое дело, отвечать по существу*). Такая

вольность в отношениях позволяет подчиненному Лапидису употребить в речи пословицу; он употребляет ее с целью **выразить сомнение** в том, что планы Клавы Ивановны осуществляются, и **дать совет** не распоряжаться тем, чего пока не имеешь. Мы видим, однако, что Клава Ивановна негативно реагирует на это поучение, считая, что Лапидис не вправе советовать ей, как лучше поступить.

3. – Про меня – услышите. Про меня все услышат! – гордо, с молодым задором откликнулся Прохор и покосился на девушку. – Ежели меня бог от смерти спас, я...

– Не хвались, едучи на рать. Молод еще, – предостерег его хозяин. – Услышут. Эк ты взлетываешь! [В. Я. Шишков. Угрюм-река. Ч. 1-4 (1928-1933)]

В данном контексте представлен диалог хозяина дома Якова Назарыча и гостя в их доме, молодого человека по имени Прохор. В разговоре участвуют также другие члены семьи – хозяйка и их дочь Ниночка, к которой Прохор равнодушен. Именно этим вызвано его излишнее хвастовство: *«Про меня – услышите. Про меня все услышат!»*. Пословица-поучение исходит от Якова Назарыча, который выше по статусу, т.к., во-первых, он старше Прохора, а во-вторых, является главой семьи и хозяином дома, где остановился юноша. Речевое действие, которое выражено пословицей, обозначено в глаголе речи: это **предостережение**. Говорящий поясняет, от чего предостерегает адресата – *«Услышут»*. Вероятно, Яков Наумыч опасается за репутацию юноши, боится того, что злые языки могут осудить его самонадеянность и бахвальство.

4. Гости хмелели.

– Пожарский тоже! – громко кричал Шеин. – Великий воевода! Брал Москву два раза, а взял лишь на третий, когда поляки с голода померли! Вот я покажу, как войну вести!

– А кто Смоленск сдал? – задорно закричал князь Одоевский.

– Я! Да ведь мне помощи ниоткуда не было! Зато теперь и назад отберу!

– Не хвались, идучи на рать, – с усмешкой крикнул ему князь Черкасский.

– *Я не бахвал. Не бойсь, тебя в помогу не позову, князь!* [А. Е. Зарин. Двоевластие (1912)]

В контексте представлен полилог на пиру между князьями-воеводами. Князь Шеин осуждает князя Пожарского за то, что тот не умеет воевать и говорит, что сам покажет *«как войну вести»* и отвоюет Смоленск. Другие князья считают такое поведение нелепым бахвальством и напоминают Шеину о его собственных военных неудачах. Пословица *Не хвались, идучи на рать* реализует в контексте интенцию **совета**, т.к. говорящий (князь Черкасский) не хочет, чтобы Шеин хвалился и из-за этого предстал позже в невыгодном свете. Кроме того, пословица реализует речевое действие **обличения** и даже **упрёка**, поскольку говорящий подчёркивает, что адресат уже ошибался, а потому не может осуждать другого за его неудачи.

Проанализированные контексты показывают, что исследуемые пословицы могут употребляться в речевой ситуации, когда коммуниканты имеют один социальный статус или когда говорящий выше по статусу, чем адресат. Вероятно, это связано с тем, что поучительная тональность, характерная для пословиц, неуместна в обращении к вышестоящему лицу, поэтому в таком случае воспринимается негативно (как, например, в диалоге инженера Лapidиса и Клавды Ивановны).

Что касается употребления исследуемых пословиц в современном русском языке, то стоит обратить внимание на то, что в значительном количестве контекстов, относящихся к XXI веку, исследуемые пословицы употребляются не непосредственно в качестве речевых действий, а как своего рода цитаты. Эти цитаты представляют собой застывшую формулировку жизненного принципа, и автор, как правило, включает её в качестве авторитетного мнения, отсылки к народной мудрости, которая не подлежит сомнению или оспариванию. Прочитировать пословицу в своей речи буквально означает следующее: «говорящий отчётливо даёт понять, что данное высказывание, которое фиксирует обобщающее утверждение, исходит не от него самого, [...] а

говорящий лишь «воспроизводит» его, обращаясь к высшей инстанции» (Fleischer, 1994, цит. по Gondek, 2015). Таким образом, пословицы становятся способом аргументации позиции говорящего, а также способом оценки поведения адресата или третьего лица. Они помогают выразить несогласие говорящего с чем-либо, но при этом сделать его «обезличенным», снять ответственность за счет обращения к народной мудрости.

Встраивание пословиц в высказывания имеет специфический характер, они приводятся как целостные элементы, которые в рамках высказывания или большей единицы текста кажутся относительно автономными и не так тесно связаны с текстом, как фразеологизмы. Часто они вводятся с помощью метаязыковых элементов, как, например, в следующих примерах:

a. Но что говорить раньше времени? Как на Руси велось: "Не хвались, идучи на рать, а хвались, идучи с рати". Так вот мы пока только "идем на рать". [Шульга Надежда. Закройщики тройных «тулупов» // Труд-7, 2007.01.25]

b. Все было по-скромному, словно стеснялись победители открыто показывать радость. Есть ведь поговорка «не хвались на рать идучи». Впереди чемпионат мира, не сглазить бы: стучим по дереву, пока все идет, как надо. [Павел Лысенков. Наши три «К» лучше, чем их «Тре Крунур»! // Советский спорт, 2005.04.25]

c. Отчасти потому, что коалиционная политика порой требует более умеренного тона, отчасти потому, что война еще не окончена, всякое может быть и правила «не хвались (по крайней мере, столь безоглядно), идучи на рать» никто не отменял. [Максим Соколов. Речь всемирного императора перед войском // Известия, 2014.05.30]

d. Итак, прежде нежели распространять грамотность, необходимо распространить «истинное» просвещение. Вам, может, странно покажется, что тут дело как будто с конца начинается, но иногда это, так сказать, обратное шествие необходимо и вполне подтверждается русской пословицей:

«Не хвались идучи на рать...» [М. Е. Салтыков-Щедрин. Губернские очерки (1856-1857)]

е. *Не суди по лицу, суди по уму. Сам себя не хвали, другие похвалят. Наши предки и передали эти «предостережения» своим потомкам. Речь, обычаи, верования, поведение, искусство и составляют «национальный характер» коми-пермяка.* [Финно-угорские народы. Коми-пермяки // «Жизнь национальностей», 2001.12.28]

Прагматическая функция таких метатекстовых вводов – это частичное снятие ответственности с говорящего, поскольку с их помощью он показывает, что поучение исходит не напрямую от него самого, а он выступает лишь медиатором между адресатом и неоспоримым авторитетом народной мудрости. В таком окружении пословицы употребляются, как правило, в текстах, относящихся к современному русскому языку, в отличие от более ранних контекстов, где исследуемые единицы функционируют в прямой речи как непосредственная реакция говорящего.

Среди пословиц, представленных в Национальном корпусе русского языка, наибольшее количество контекстов имеет пословица *Не хвались, идучи (едучи) на рать, [а хвались, идучи (едучи) с рати]*. В этой пословице фиксируется поведенческая установка, связанная с неодобрением преждевременной похвалы, похвалы до получения результата. Как правило, компоненты-образы в пословице метафоричны и лишь помогают с помощью ассоциативных связей понять ситуацию и соотнести её с действительностью. Интересная, на наш взгляд, особенность употребления данной пословицы заключается в том, что ряд контекстов с *Не хвались, идучи на рать...* представлен фрагментами из исторической прозы, при этом ситуация действительности подразумевает реальное поле битвы, военные действия. Таким образом, референтная ситуация связывается с типовой пословичной не только за счёт общих морально-этических поведенческих установок, но и за счёт буквального сопоставления конкретных образов:

а. Один только подполковник Горев, командир второго батальона, сидел нахмурившись на своем коне и не отвечал на вопросы других командиров. Но когда тронулись в поход, он сердито пробормотал: **«Не хвались, идучи на рать!..»** [М. М. Филиппов. Осажденный Севастополь (1889)];

б. Регулярные полки и ратники ополчения тащились на ногах через Киев, где их встречал поэт из птенцов Киевской духовной академии Аскаченский и командовал: «На молитву здесь, друзья! Киев перед вами!» А к другим он оборачивался и грозил: **«Не хвались, идучи на рать, а идучи с...»**. [Н. С. Лесков. Загон (1893)];

с. – А кто Смоленск сдал? – задорно закричал князь Одоевский.
– Я! Да ведь мне помощи ниоткуда не было! Зато теперь и назад отберу!
– **Не хвались, идучи на рать**, – с усмешкой крикнул ему князь Черкасский.
[А. Е. Зарин. Двоевластие (1912)];

д. Побегут нехристи, как ошпаренные. — **Не хвались, на рать едучи**, боярин, — усмехнувшись, вдруг негромко заговорил по-русски Пемдан. — Здравствуй, воевода Гаврила. — И ты, князь Пемдан, здравствуй, — немного опешив, поклонился Нелидов. [Алексей Иванов. Сердце Пармы (2000)]

Представленные в газетном подкорпусе НКРЯ контексты с этой пословицей посвящены теме спорта. Можно предположить, что в этих употреблениях пословичный компонент «рать» также ассоциативно присутствует, но только уже как «мирная рать». Например, в одном из контекстов автор обыгрывает этот компонент после употребления пословицы: *Как на Руси велось: «Не хвались, идучи на рать, а хвались, идучи с рати». Так вот мы пока только "идем на рать" [т.е. на соревнование]*. Иными словами, происходит метафорическое переосмысление образного компонента пословицы и адаптация его под современные реалии: спортивное соревнование мыслится как некое сражение, что позволяет включить пословицу в тексты публицистического дискурса за счёт создаваемых внутренней формой пословицы ассоциаций:

1. – *Елизавета вообще могла выиграть чемпионат, несмотря на относительную неудачу в короткой программе. Ожидали такого результата?*

– *Не хвались, на рать идучи, но я подумал, что здесь и Лиза, и Катя должны быть довольно высоко – просчитывали по предыдущим соревнованиям.* [Егоров А.. Куклу – чемпионке! В числе прочих призов за победу на чемпионате России 12-летняя Аделина Сотникова получила игрушку // Советский спорт, 2008.12.27];

2. *Как на Руси велось: «Не хвались, идучи на рать, а хвались, идучи с рати». Так вот мы пока только "идем на рать". Если говорить о перспективах российского фигурного катания, то не сомневаюсь, что кто-то из нынешних ребят уже состоится и раскроется.* [Шульга Н. Закройщики тройных «тулупов» // Труд-7, 2007.01.25]

3. *Есть ведь поговорка «не хвались на рать едучи». Впереди чемпионат мира, не сглазить бы: стучим по дереву, пока все идет, как надо.* [Павел Лысенков. Наши три «К» лучше, чем их «Тре Крунур»! // Советский спорт, 2005.04.25]

Что касается наиболее частотной пословицы в подгруппе констатаций, то наибольшее количество контекстов в НКРЯ имеет пословица *Сам себя не похвалишь – никто не похвалит* (встречается также вариант *Сам себя не похвалишь – ходишь как оплёванный*). На первый взгляд, этот факт кажется несколько парадоксальным, идущим в разрез с основным материалом исследования, поскольку в этой пословице представлено отношение к самопохвале, противоположное зафиксированному в большинстве отобранных пословиц. В паремии *Сам себя не похвалишь...* фиксируется представление о том, что положительная оценка собственных действий в некоторых случаях необходима, а её отсутствие может привести к тому, что нечто хорошее останется незамеченным. Однако специфика употребления этой пословицы заключается в том, что в речи она, как правило, используется как ироничное, шутливое оправдание самопохвалы. Рассмотрим следующий пример:

1. Мы отдаем должное г-ну Федорову, который согласился принять наше предложение, но, следуя принципу «сам себя не похвалишь — ходишь весь день оплеванным», заметим, что акция на МКАД была именно акцией «Автопилота», а не каким-то стихийным событием, случившимся по неизвестной причине. А именно так следовало из телевизионных программ и сообщений информационных агентств. Обидно. [Наш генерал // «Автопилот», 2002.06.15]

В данном фрагменте публицистического текста автор включает пословицу с помощью метатекстового ввода *следуя принципу*, тем самым оправдывая своё дальнейшее высказывание ссылкой на народную мудрость. Можно заключить, что в данном примере интенция употребления пословицы в речи – оправдать себя: автор статьи хочет подчеркнуть, что акция была проведена именно коллективом журнала «Автопилот». Это важно, поскольку СМИ осветили это событие как стихийное, поэтому пишущий хочет лишний раз акцентировать внимание на заслугах «Автопилота», но при этом не желает, чтобы это воспринималось как неуместная самопохвала. Таким образом, прагматическая функция пословицы в контексте – это самооправдание.

Однако, стоит отметить, что данная пословица используется не только для оправдания говорящим самого себя, но также часто становится предметом обсуждения, дискуссии. Сама по себе, в отрыве от контекста, она представляет собой спорный тезис, который не соответствует сложившимся в обществе представлениям о похвальбе. В связи с этим пословица *Сам себя не похвалишь...* регулярно встречается в публицистических текстах, где приводятся аргументы за или против принципа, сформулированного в ней. Обратимся, например, к следующим контекстам:

2. Сам себя не похвалишь — никто не похвалит. Как выявил опрос компании HeadHunter, большинство россиян не согласны с этой житейской мудростью. Оказалось, что только треть респондентов рассказывает на собеседованиях о своих сильных сторонах. [Дарья Варламова. Каждому пятому

соискателю неловко говорить о своих достоинствах // Комсомольская правда, 2012.07.15]

В данном контексте пословица вводит тему статьи, она является спорным тезисом, который подвергается анализу и обсуждению. В статье говорится о проблеме, которая заключается в том, что люди не могут (в силу существующих в обществе убеждений) говорить о своих достоинствах. Из самого текста мы также узнаем, что самопохвала по-прежнему считается неуместной большинством русских людей, и это, возможно, объясняет желание автора статьи в предыдущем примере из «Автопилота» оправдаться перед читателем за акцент, сделанный на собственных заслугах. При этом сама пословица названа в данном контексте «житейской мудростью», с которой, казалось бы, должны считаться, но установка, заложенная в ней, противоречит сложившимся благодаря другим пословицам представлениям о неодобрительном отношении к самопохвале.

Однако, в современном обществе становятся важными такие понятия как самопрезентация, самореклама, самопродвижение (особенно в карьерных вопросах), поэтому боязнь похвалить самого себя может в некоторых сферах лишить человека определённых преимуществ. Рассмотрим еще один пример из статьи, посвященной схожей теме:

3. Подобные истории еще раз помогают осознать мудрость слов «сам себя не похвалишь — никто не похвалит». Можно до пенсии скромно трудиться в своем уголке, тайно надеясь на прозорливость и справедливость начальника, но так и не получить ожидаемых бонусов. Эксперты говорят: пора избавляться от стеснительности и учиться саморекламе. [Наталья Чудова. Зачем нужно хвастаться и как это делать грамотно // Труд-7, 2010.07.19]

Статья посвящена проблеме самопохвалы; автор считает, что подчеркивание собственных достоинств в определённых ситуациях не только не осудительно, но и желательно. Пословица в данном контексте используется как обозначение принципа, следовать которому призывает автор статьи. Здесь

обращение к народной мудрости является средством аргументации собственной позиции говорящего, ссылкой на неоспоримый авторитет, который подкрепляет точку зрения автора текста. Прагматическая функция пословицы по классификации Г.Д. Сидорковой – урезонивание.

Итак, приведённые выше примеры самых частотных пословиц в НКРЯ показывают, что отношение к самопохвале неоднозначно, выявляются сферы, в которых это действие признаётся необходимым и соответствующим ситуации. Как отмечает С.В. Волюнкина, одной из причин возрастающей роли самопохвалы может быть «массовая ориентация российских граждан на американскую модель социального поведения, в том числе коммуникативного, для которого характерна «агрессивная самоподача», то есть чрезвычайно уверенное подчёркивание своих достоинств, их высокая оценка» (Волюнкина, 2016: 202).

Пословица *Сам себя не похвалишь...* становится средством преодоления своеобразного этико-речевого конфликта между русской установкой «хвалиться нельзя» и западной «хвалиться можно и даже необходимо». Это происходит за счёт самоиронии, шутливого оправдания, которое подразумевается говорящим при употреблении этой пословицы в речи.

Таким образом, и учёные-лингвисты, и психологи отмечают в своих трудах изменение отношения русского языкового сообщества к самопохвале. В связи с этим представляет интерес обратиться к фольклорным исследованиям, в сферу которых входит в том числе изучение пословиц, а также особенностей речевого этикета. Так, например, Ю.Ю. Мариничева отмечает, что похвала является коммуникативным действием, отношение к которому отличается в городской и деревенской среде: «То, что удивляет нас вот уже несколько лет в ежегодных фольклорных экспедициях на Русском Севере, — это запрет на публичную похвалу, ее сознательное ограничение, нежелание похвалы, и более того — страх перед ней. В этом деревенский обычай существенно расходится с нашей

городской привычкой, а в некоторых случаях и жадой одобрения/быть похваленным кем-либо» (Мариничева, 2012: 75).

Это наблюдение, на наш взгляд, важно в связи с тем, что паремии являются единицами, аккумулирующими в своей семантике те установки, которыми руководствовались предыдущие поколения в то время, когда народ вёл преимущественно деревенский образ жизни. С конца XX – начала XXI века, как отмечают исследователи, в т.ч. зарубежные (например, Gondek, 2015: 21), использование пословиц несколько изменилось. Хотя пословицы не полностью исчезли из повседневного языкового употребления, их традиционная форма и способ использования подвергаются сильным изменениям. На первый план выходит отход от традиционной, повторяемой на протяжении поколений "народной мудрости".

Так, данные фольклорных экспедиций показывают, что в деревенской среде «похвалы опасаются, избегают или применяют магические защитные средства, чтобы она не навредила. «“Похвалить вовремя” в принципе невозможно: похвала или недопустима вообще, или строго контролируется сообществом» (Мариничева, 2012: 75).

Данные наблюдения находят подтверждение в анализируемом нами фрагменте паремиологической картины мира, точнее в выявленных в предыдущем пункте работы поведенческих установках. Таким образом, пословицы представляют собой некий архаичный пласт, в котором отражается в большей степени неодобрительное отношение к похвале.

Учеными отмечается, что в городской культуре важность похвалы возрастает, одобрение чужих и собственных поступков становится не только допустимым, но и желанным. Отчасти изменение в восприятии ситуации похвалы отражается и в употреблении исследуемых нами паремий в современной речи.

Обобщая всё вышесказанное, можно заключить, что исследуемые пословицы в речи выражают различные интенции: предостережение, совет,

упрек, обличение, парирование, самооправдание, урезонивание. Они могут употребляться в различных коммуникативных режимах и быть обращенными к адресату, третьему лицу или к самому говорящему. С точки зрения прагматики, употребление рассматриваемых пословиц предполагает, что коммуниканты либо должны находиться на одном уровне социальной иерархии, либо говорящий, использующий пословицу в речи, должен стоять в этой иерархии выше, чем адресат.

Анализ контекстов показал, что пословицы-призывы употребляются в текстах разных периодов. Более современные употребления представлены в большей части публицистическими текстами, где пословица включается как апелляция к народной мудрости, при этом зачастую включение сопровождается метатекстовым вводом. В контекстах XIX – перв. пол. XX вв. пословицы в речи (как правило, в речи героев литературных произведений) скорее выступают как реальный жизненный принцип.

Кроме того, проанализированные контексты позволяют предположить, что отношение к самопохвале в современном обществе неоднозначно, оно меняется в сторону признания необходимости этого речевого действия в некоторых жизненных ситуациях, где излишняя скромность может навредить. Это изменение прослеживается в употреблении пословиц и подтверждается исследованиями фольклористов и социологов.

2.3. Лингвокультурологические особенности паремий в речевой ситуации похвалы

Ранее в ходе анализа исследуемого материала нами были выявлены поведенческие нормы и установки, которыми руководствуются члены русского лингвокультурного сообщества в ситуации похвалы. Эти нормы важны как в практическом аспекте (для обучения адекватному поведению на соответствующем иностранном языке), так и в теоретическом (выявление способов аккумуляции разных типов знания в языке).

Выявление поведенческих норм, заложенных в паремиях, – это важный аспект не только прагматического, но и лингвокультурологического анализа. Прагматические характеристики этих языковых единиц тесно связаны с их лингвокультурологической ценностью. Назидательность и рекомендательный характер подачи информации в паремиях позволяют рассматривать их как «вполне функциональный на сегодняшний день свод установлений по обустройству общества и межличностных отношений» (Натхо, 2013: 144). С другой стороны, паремиологический фонд языка представляет собой также хранилище многовекового опыта народа. Этот опыт транслируется через внутреннюю форму паремии, через её компоненты, которые обладают культурными коннотациями и помогают выстраивать ассоциативные связи между пословичной ситуацией и ситуацией действительности.

Паремии репрезентируют такие важные для национальной культуры категории, как обычаи и традиции, повседневный быт, а также характер, привычки и внешность человека. Эти категории могут быть представлены в виде описания концептов, которые, как было замечено в теоретической главе исследования, являются основными единицами ЯКМ.

Реконструируя паремиологическую картину мира, многие исследователи описывают, как тот или иной концепт отражается в паремиях. Соответственно, целью таких исследований становится выявление и описание национально обусловленного своеобразия вербализации концепта через пословицы и поговорки. Особый интерес, как считает Е.В. Иванова, представляет «сопоставительное изучение пословичной концептуализации мира, позволяющее установить общие и различные черты в постижении мира двумя народами и отображении этого мира в пословичных фондах, сопоставить проявляющийся в пословицах менталитет народов» (Иванова, 2006:3).

Итак, пословицы функционируют в рамках устойчивого концептуального фона, и этот фон задаётся базовыми для паремии компонентами-лексемами. Поэтому для того, чтобы проанализировать лингвокультурологические

особенности исследуемых паремий, в данной работе обращается внимание на отнесенность их компонентов к концептам русской культуры и к культурным кодам. Е.Н. Свалова замечает, что «чаще всего эти компоненты являются ключевыми словами не только в текстах исследуемых паремий, но и в этнокультуре в целом» (Свалова, 2016: 62).

Считается, что фразеологическая картина мира является одним из наиболее естественных языковых воплощений культурных кодов. Под культурным кодом в работе понимается «система знаков (знаковых тел) материального и духовного мира, ставших носителями культурных смыслов; в процессе освоения человеком мира они воплотили в себе культурные смыслы, которые «прочитываются» в этих знаках» (Гудков, Ковшова, 2007:9). Иными словами, это набор образов, связанных с каким-либо комплексом стереотипов в сознании. Коды культуры соотносятся с древнейшими архетипическими представлениями человека, они служат своего рода «ключом» к пониманию особенностей культуры нации, а также, что немаловажно, помогают понимать поведенческие реакции.

Для выявления особенностей внутренней формы паремий в нашем исследовании использована тематическая классификация кодов культуры (растительный, животный, предметный, телесный и др.) Анализ того, как эти коды отражаются в образной структуре паремий позволяет исследовать, как в объединенных общей коммуникативной ситуацией знаках воплощаются те или иные культурные смыслы.

Анализ группы пословиц-призывов показал, что в исследуемом фрагменте ПКМ представлены различные культурные коды: пространственный, темпоральный, биоморфный (животный и растительный), предметный, телесный (соматический), религиозный, числовой, духовный и антропоморфный. Рассмотрим подробнее примеры пословичных компонентов, репрезентирующих некоторые из перечисленных кодов культуры.

Один из наиболее задействованных в исследуемых пословицах культурных кодов – это *растительный код*. С определёнными растениями в языковой картине мира связаны представления о ценном и полезном, с одной стороны, и о малозначительном и неважном – с другой. Как отмечает, например, Л.В. Борисова, в русской языковой картине мира *рожь* (или *жито*) характеризуется такими культурными коннотациями, как «полезное», «ценное», «общедоступное», «широко распространённое» (Борисова, 2015: 34). Согласно исследованию Е.В. Дзюба, посвященному лингвокогнитивной категоризации, рожь является сверхтипичным представителем категории «злаки» (Дзюба, 2015: 230). Рожь встречается в ряде паремий, урожай этого злака выступает как обозначение некого результата, который требует оценки. Предостережение о преждевременности похвалы выражается через «жизненный цикл» этого растения: так, нельзя хвалить «ржи в озими», но можно хвалить «рожь в стогу». Таким образом, этот фитоним в пословице оказывается тесно связан с хозяйственной деятельностью человека. Противоположную коннотацию имеют, например, такие лексемы-компоненты, как *горох*, *бобы* и *хвоя*. Фитоним *горох*, согласно исследованию Заводовой Е.А., имеет потенциальные семы «отсутствие имущества», «нелепо одетый», «пустой человек», «бедняга», «сирота» (Заводова, 2017: 1052). В пословице *Не хвались, горох, не лучше бобов* обращение к адресату через лексему *горох* имеет ироничный оттенок, говорящий даёт с его помощью свою оценку человеку, который, по его мнению, излишне хвастлив, хотя и не заслуживает похвалы. Неодобрительное отношение считается благодаря коннотациям компонентов *горох* и *бобы* (ср. например, *остаться на бобах* – остаться ни с чем, *бобы разводить* – заниматься пустыми разговорами). *Хвоя* в пословице *Не хвали: половина хвой* также имеет отрицательную коннотацию, которая, вероятно, связана с тем, что хвоя редко находит применение в хозяйстве, а также с тем, что хвойные деревья колются.

Зооморфный (животный) код является одним из наиболее значимых для русской культуры, животный мир стал основой для целой системы эталонов. В

анализируемых пословицах-призывах представлено всего три лексемы – *корова*, *лошадь* и *волчонок*, однако отметим, что в пословицах-констатациях, привлекаемых в качестве дополнительного иллюстративного материала, значительное количество единиц (около 14%) имеют в составе зоонимы: *Всякая лиса (лисица) свой хвост хвалит*; *Всяк кулик своё болото хвалит*; *Хвалилась синица море зажечь*; *Хвалилась кобыла, что с возом горшки побила* и др. Образы *коровы* и *лошади* – это образы домашних животных, с которыми связана хозяйственная деятельность человека. Л.Ф. Пуцилева в своём исследовании выявляет, что «несмотря на верную службу этих животных человеку, все ЛСВ их наименований (включая детёнышей, как щенки, телёнок) направлены на дискредитацию либо внешности человека, <...> либо его поведения (Пуцилева, 2009: 13). Неодобрительное отношение говорящего в пословице *Не хвастайся, корова, есть лошадь поворовей* выражается в том числе в обращении *корова*, т.к. это животное является в русской культуре эталоном таких характеристик, как «толстый», «неловкий», и по этим параметрам, конечно, проигрывает *лошади*, с которым сравнивается адресат обращения.

В пословицах-призывах представлены также коды культуры, связанные с человеком – *антропный* и *соматический*. *Антропный* код культуры включает смыслы названий социального, семейного статуса человека – например, *жена* (*Не хвались женой в семь дён, а хвались в семь лет*) и *сын* (*Не хвали пива в сусле, а сына, пока борода не вырастет*). *Жена* и *сын* в приведённых пословицах становятся объектом оценки, неким результатом деятельности человека. Это связано с представлениями общества о ценности супружества и правильного воспитания детей. Пословицы предостерегают от преждевременной оценки этих сфер семейной жизни. Так, брак можно считать «достойным» похвалы только спустя «семь лет», а результат воспитания детей не проявляется в полной мере, «пока борода не вырастет». Во второй пословице возраст передается через компонент *борода*, принадлежащий *соматическому* (или *телесному*) коду. Борода в русской культуре «выступает символом мужской зрелости,

мужественности, мудрости» (Савченко, 2008: 48). Другой пример символического значения лексемы-соматизма находим в пословице *Не хвались умом, коль берёшь горбом*. Ю.А. Башкатова отмечает, что «переносное значение лексемы-репрезентанта концепта *спина* (и ее синонимов *горб* и *хребет*) как символа труда и физической энергии зафиксировано в целом ряде пословиц и устойчивых выражений» (Башкатова, 2014: 241). В приведённой выше паремии *горб* противопоставлен *уму* как физический труд, противопоставленный интеллектуальному. Поведенческая установка «не хвалить незаслуженно» реализуется здесь с помощью этой антитезы, возникающей за счёт символического смысла компонента *горб*.

Рассмотрим также примеры *предметного* культурного кода, который связан с предметами, заполняющими пространство и принадлежащими окружающему миру. В устойчивых выражениях, в паремиях этот код широко представлен; это справедливо и для исследуемого фрагмента паремиологической картины мира. В пословицах-призывах это, например, такие компоненты, как *изба, печь, стог, соха, сума, пиво* и др. Образы, обозначенные этими лексемами, связаны с повседневным бытом русского человека – например, со сбором урожая (*стог, соха*); отметим, что в разных культурных сферах наблюдается символизация орудий труда. Паремии часто включают в свой состав названия пищи (*пищевой* код): так, в пословицах-призывах встречаются компоненты *пиво* и *сусло* (*Не хвали пива в сусле, а ржи – в озими*), в пословицах-констатациях также присутствуют названия еды (*гречневая каша, мёд* и др). Идея преждевременности похвалы выражается с помощью лексемы *сусло*, которая означает исходное вещество, из которого путём сбраживания получают *пиво* – объект оценки в типизированной пословичной ситуации.

Ситуации похвалы, как правило, предшествует какой-либо поступок, действие или процесс, результат которого подвергается оценке говорящего. Компоненты пословицы, их метафорически организованная внутренняя форма

отражают именно это действие или некие явления действительности, которые оцениваются в тексте пословицы, а не сам акт похвалы.

Как отмечалось ранее, внутренняя форма паремии имеет свернутый сюжетный план, который связывает текст пословицы «с образом ситуации типичной, узнаваемой и потому авторитетной» (Семененко, 2015: 117). Анализ отнесённости компонентов исследуемых пословиц к культурным кодам показал, что в качестве типизированных ситуаций выступают бытовые ситуации повседневной жизни человека – хозяйственная деятельность и семейная жизнь. Неодобрительное отношение к безосновательной похвале передаётся также через образы животных и растений, знакомых и привычных русскому человеку. Иными словами, на интерпретацию смысла паремий влияет символический потенциал их компонентов, устойчивые ассоциации с наделённой культурным смыслом лексикой.

Что касается категории оценочности, которая является одной из ключевых категорий речевого акта похвалы, то можно заключить, что в образной структуре пословицы заключена ситуация, которая является однозначно оцениваемой и соотносится с принятыми в обществе нормами. Эта оценка общества (положительная или отрицательная) заложена в том числе в коннотации лексем-компонентов.

Таким образом, с точки зрения лингвокультурологии, внутренняя форма паремий встраивается в существующее поле культурных смыслов и коннотаций, что позволяет однозначно толковать значение той или иной паремии и соотносить её с ситуацией действительности. В пословицах, связанных с похвалой, ключевыми образами являются животные и растения, а также предметы хозяйства и быта, а ситуациями – хозяйственная деятельность (сбор урожая, варение пива) и семейная жизнь (супружество, воспитание детей).

Выводы

Паремии отражают культурные нормы, существующие в языковом сообществе. Эти нормы помогают человеку ориентироваться в т.н. аксиогенных ситуациях, к которым относится и речевая ситуация похвалы. В результате анализа структуры и семантики исследуемых паремий были выявлены нормы и установки, регулирующие поведение человека в ситуации похвалы. Основой для классификации материала исследования была выбрана грамматическая форма предиката паремии. В данной работе более подробно рассматривается группа пословиц-призывов, предикат которых выражен формой императива.

В рамках исследуемой группы единиц наиболее частотными глаголами оказались глаголы *хвалить* и *хвалиться* в утвердительной и отрицательной форме, а также близкие им по значению слова и конструкции (*не захваливай, не спеши хвалить* и пр.). Таким образом, в отобранном материале представлены два речевых акта – похвала и самопохвала. Самопохвала, вслед за рядом исследователей (например, С.В. Волинкина), рассматривалась в работе как особый тип похвалы, её нетипичная ролевая реализация. В результате анализа было выявлено 7 основных поведенческих установок, относящихся к похвале и самопохвале.

Обращение к контекстам из Национального корпуса русского языка показало, что исследуемые пословицы-призывы способны реализовать в речи целый ряд интенций. Эти интенции обусловлены как смыслом пословиц, так и их жанровой спецификой и формой предиката. В коммуникации пословицы употребляются как реакция говорящего на действительность, в связи с чем было выделено несколько режимов их употребления. Анализ контекстов показал, что исследуемые единицы могут употребляться в различных коммуникативных режимах, что обеспечивает их универсальность при этической оценке различных ситуаций действительности.

Отметим также, что исследуемые пословицы в ряде контекстов употребляются в форме цитат в целях аргументации своей точки зрения. Такие

употребления сопровождаются метатекстовыми вводами, указывающими на источник суждения – народную мудрость, коллективный опыт русского народа. Такая форма, с точки зрения прагматики, частично снимает с автора текста ответственность за сказанное, позволяет ему обосновать свою позицию, оставаясь в рамках общепринятых морально-этических норм.

Лингвокультурологическая ценность исследуемых пословиц заключается, прежде всего, в их лексемах-компонентах. В отобранных пословицах эти компоненты часто репрезентируют значимые концепты русской культуры, относящиеся к разным культурным кодам – например, *рожь (жито)* – растительный код, *борода* – соматический код, *изба* – предметный код и др. Таким образом, для функционирования пословиц, связанных с речевой ситуацией похвалы, характерен устойчивый концептуальный фон. Особую роль играют также культурные коннотации пословичных компонентов, поскольку в ряде случаев они становятся главными выразителями оценки, отношения говорящего. Эти коннотации очевидны для носителей языка, имеющих общую когнитивную базу, но могут быть непонятны для представителей других культур, а потому нуждаются в комментариях.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведённое исследование паремий, описывающих ситуацию похвалы в русском языке, показало, что прагматика этих единиц и заложенные в них культурные смыслы актуализируют в речи традиционные культурные ценности. Эти единицы содержат в себе некий закрепившийся свод правил и норм, позволяющих человеку ориентироваться в ситуации похвалы как в аксиогенной ситуации, т.е. специфической проблемной ситуации, разрешение которой является ценностно-мотивированным. При этом, как отмечают многие исследователи, прагматика паремий неразрывно связана с их лингвокультурологическими характеристиками, что в данной работе стало основанием для рассмотрения материала исследования как в прагматическом, так и в лингвокультурологическом аспекте.

Результатом прагматического анализа исследуемого материала стало выявление семи ключевых поведенческих установок, которыми руководствуются члены русского языкового общества в речевой ситуации похвалы. Соблюдение данных норм поведения обеспечивает эффективность коммуникации. Это следующие установки:

1. похвала может сглазить;
2. похвала и особенно похвальба в целом не одобряются языковым сообществом;
3. похвальба может привести к плохим последствиям;
4. не следует хвалить преждевременно;
5. не следует хвалить не по заслугам;
6. не следует хвалить в глаза и ругать за глаза;
7. оценка должна быть объективной и включать как указание на сильные стороны (похвала), так и на слабые (порицание).

Таким образом, в целом изученные паремии фиксируют отрицательное отношение общества к похвале.

Кроме того, анализ употребления пословиц в речи позволил выделить прагматические характеристики говорящего. В тех контекстах, где пословица употребляется как отдельный речевой акт, говорящий, как правило, имеет более высокий социальный статус, чем адресат, или находится с ним на одном уровне. Это объясняется тем, что для пословиц характерна поучительная тональность, которая является неуместной в том случае, когда адресат имеет статус выше, чем «поучающий».

Особую функцию исследуемые пословицы выполняют в более современных, публицистических текстах. В статьях эти пословицы употребляются не в качестве самостоятельных речевых действий, а в режиме цитирования – как апелляция, отсылка к народной мудрости. Таким образом, пословицы становятся средством аргументации позиции автора, органично сплетаясь, таким образом, с жанровыми особенностями публицистического текста. Стоит отдельно отметить, что при употреблении анализируемых в работе пословиц в текстах СМИ в некоторых случаях образы компонентов метафорически переносятся на современные реалии (*рать* - «битва, сражение» переносится в сферу спорта).

Важным наблюдением в данной работе стала выявленная тенденция изменения отношения современного общества к похвале и самопохвале. С резко негативного, зафиксированного в преобладающем большинстве всех отобранных паремий, это отношение смещается в сторону нейтрального и даже позитивного взгляда на потребность хвалить себя и других. Об этом свидетельствует значительное количество употреблений пословицы с соответствующей установкой (*Сам себя не похвалишь...*) в найденных современных контекстах. Кроме того, отличие норм и представлений наших предков, аккумулированных в паремиологическом фонде языка, от взгляда современного человека фиксируется в наблюдениях ученых-фольклористов. В данных экспедиций отмечается, что отрицательное отношение к похвале в деревенской культуре основывается на архаичных установках, в то время как

городская культура признаёт необходимость похвалы и самопохвалы. Актуальными становятся понятия самопрезентации и саморекламы. Это может быть связано с усиливающейся ориентацией российского общества на западную модель коммуникативного поведения, которой присуще подчеркивание (иногда чрезмерное) собственных достоинств.

Паремии, будучи достаточно устойчивым пластом фразеологических единиц, транслирующим традиционные ценности, безусловно, вбирают в себя изменения в сознании общества не так быстро, однако тоже частично отражают их в своем употреблении. Употребляя пословицу *Сам себя не похвалишь...* говорящий с помощью самоиронии преодолевает этико-речевой конфликт, возникающий между традиционной русской установкой «хвалиться нельзя» и западной «хвалиться можно и даже необходимо».

Отражение поведенческих установок и норм в паремиях важно не только в рамках функционирования и прагматики, но и неразрывно связано с лингвокультурологическим аспектом рассмотрения этих единиц. В данном исследовании нас интересовала актуализация культурных ценностей, заложенных в пословицах, связанных с речевой ситуацией похвалы. В результате лингвокультурологического анализа были выявлено, что национально-обусловленные коннотации лексем-компонентов паремий влияют на интерпретацию их смысла, усиливают оценочный компонент, что в исследуемых пословицах особенно важно, поскольку оценочность является одной из ключевых категорий похвалы.

Проведённый лингвокультурологический анализ позволяет заключить, что пословицы, описывающие ситуацию похвалы, существуют в устойчивом концептуальном фоне. Анализ отнесённости компонентов исследуемых пословиц к культурным кодам показал, что наиболее частотными кодами являются зооморфный, растительный, предметный и соматический коды культуры; менее представлены числовой, пищевой, темпоральный, пространственный, религиозный коды. В качестве типизированных

пословичных ситуаций, служащих инвариантами ситуаций действительности, выступают бытовые ситуации повседневной жизни человека – хозяйственная деятельность и семейная жизнь. Неодобрительное отношение к безосновательной похвале передаётся также через образы животных и растений, знакомых и привычных русскому человеку – точнее через национально-культурные коннотации обозначающих их лексем. Иными словами, на интерпретацию смысла паремий влияет символический потенциал их компонентов, устойчивые ассоциации с наделённой культурным смыслом лексикой.

Отбор и классификация материалов исследования позволили наметить некоторые векторы работы, которые могут быть разработаны в дальнейшем. Развитие темы может, например, заключаться в расширении материала, более подробном рассмотрении других групп уже отобранных единиц. Такой подход позволит получить более полное представление о похвале в паремиологической картине мира, с одной стороны, расширить круг концептов и образов, которые актуализируют культурные ценности в этой сфере, а с другой, выявить особенности прагматики отдельных групп устойчивых выражений. Так, особый интерес представляют «мелкие жанры» типа молвушек, которым в настоящее время посвящено не так много исследований, но которые, как выяснилось в ходе работы, часто реализуются в речи как косвенные речевые акты и поэтому могут представлять трудности для понимания.

Другим направлением в развитии исследования может стать обращение к речевому жанру похвалы в русском этикетном общении. Перспективным, на наш взгляд, является сравнительно-сопоставительный анализ различных форм выражения похвалы в русском языке, рассмотрение стилистических особенностей этих форм. Выявленные в результате данной работы поведенческие установки могут стать основанием для анализа и интерпретации контекстов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алефиренко, Н. Ф. Фразеология и паремиология: уч. пособие для бакалаврского уровня филолог. образования / Н. Ф. Алефиренко, Н. Н. Семенов. – М. : Флинта: Наука, 2009. – 344 с.
2. Апекова, Ж. Ш. Лингвокультурная специфика концептов «правда» и «ложь» в русской и кабардинской паремиологической картинах мира: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Ж. Ш. Апекова. – Нальчик, 2009. – 27 с.
3. Бигунова, Н. А. Комбинаторность речевых актов положительной оценки с другими речевыми актами (на материале англоязычного художественного диалогического дискурса) / Н. А. Бигунова // Вестник ННГУ. – 2014. – №1-1 (1). – С.454–451. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kombinatornost-rechevyh-aktov-polozhitelnoy-otsenki-s-drugimi-rechevymi-aktami-na-materiale-angloyazychnogo-hudozhestvennogo> (дата обращения: 05.05.2020).
4. Бигунова, Н.А. Иллокутивные функции речевых актов положительной оценки (на материале англоязычного художественного дискурса) / Н. А. Бигунова // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Филология, педагогика, психология. – 2013. – №2. – С.7–13. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/illokutivnye-funktsii-rechevyh-aktov-polozhitelnoy-otsenki-na-materiale-angloyazychnogo-hudozhestvennogo-diskursa> (дата обращения: 05.05.2020).
5. Большой толковый словарь русского языка / Сост. и гл. ред. С. А. Кузнецов. — СПб., 1998. — 1536 с.
6. Борисова, Л. В. Стереотипы традиционного народного сознания и этнокультурные архетипические представления в языковой репрезентации: на материале русского и чувашского языков: автореферат дис. ... д-ра филол. наук / Л. В. Борисова. – Казань, 2015. – 55 с.
7. Винокур, Т. Г. Закономерности стилистического использования языковых единиц / Т. Г. Винокур. – М., 1980. – 238 с.

8. Волинкина, С. В. Ролевой репертуар оценочного жанра «похвала» / С. В. Волинкина // Вестн. Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского. – 2016. – № 2. – С.200–204.
9. Вольф, Е.М. Функциональная семантика оценки / Е. М. Вольф. – М., 2006 – 280 с.
10. Воронцова, Ю. А. Прагматические возможности паремий в текстах современных печатных СМИ / Ю. А. Воронцова // Вестник НовГУ. – 2014. – №77. – С.163–165. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pragmaticheskie-vozmozhnosti-paremiy-v-tekstah-sovremennyh-pechatnyh-smi> (дата обращения: 07.05.2020).
11. Гак, В.Г. Высказывание и ситуация / В. Г. Гак // Языковые преобразования. – М., 1998. – Гл. 5. – С. 243–263.
12. Гончарова, Н. Н. Концепт — основная единица языковых картин мира / Н. Н. Гончарова // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. – 2013. – №1. – С.225–234. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontsept-osnovnaya-edinitsa-yazykovyh-kartin-mira> (дата обращения: 21.03.2020).
13. Горбань, И.В. Роль паремий в речевых актах (на материале языка русской художественной литературы): автореф. дис. ... канд. филол. наук / И.В. Горбань. – Саратов, 2010. – 26 с.
14. Гудков, Д. Б. Телесный код русской культуры. Материалы к словарю. / Д. Б. Гудков, М. Л. Ковшова. — М.: Гнозис, 2007. — 288 с.
15. Даль, В. И. Пословицы русского народа / В. И. Даль. – М., 1957. – 991 с.
16. Дзюба, Е. В. Лингвокогнитивная категоризация в русском языковом сознании: монография / Е. В. Дзюба. – Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2015. – 286 с.
17. Добрушина Н.Р. Императив. Материалы для проекта корпусного описания русской грамматики (<http://rusgram.ru>) / Н. Р. Добрушина. – М. 2014. URL:

<http://rusgram.ru/%D0%98%D0%BC%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2> (дата обращения: 08.05.2020)

18. Долинин, К. А. Интерпретация текста / К. А. Долинин. – М. : Просвещение, 1985. – 288 с.

19. Дьячкова, И. Г. Похвала и порицание как речевые жанры / И. Г. Дьячкова // Вестник Омского университета. – 1998. – №3. – С. 55–58

20. Ермакова, Н. В. Параллелизм концепта «Деньги» в русской и французской паремиологии / Н. В. Ермакова // Russian Journal of Education and Psychology. – 2012. – №10. – С.75–86. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/parallelizm-kontsepta-dengi-v-russkoy-i-frantsuzskoy-paremiologii> (дата обращения: 20.03.2020).

21. Ершова, Н. Б. Особенности функционирования речевых актов негативной реакции / Н. Б. Ершова // Социально-экономические явления и процессы. – 2011. – №5-6. – С.296–299. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-funktsionirovaniya-rechevyh-aktov-negativnoy-reaktsii> (дата обращения: 01.05.2020).

22. Жигарина, Е. Е. Современное бытование пословиц: вариативность и полифункциональность текстов: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Е. Е. Жигарина. – М., 2006. – 25 с.

23. Жуков, В. П. Словарь русских пословиц и поговорок / В. П. Жуков. – 7-е изд., стереотип. – М. : Рус. яз., 2000. – 544 с.

24. Заводова, Е. А. Национально-культурная специфика функционирования фитонимических фразеологизмов в русском языке / Е. А. Заводова // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 39. – С. 1051–1055.

25. Зимин, В. И. Пословицы и поговорки русского народа. Большой толковый словарь / В. И. Зимин, А. С. Спирин. – 2-е изд. стереотип. – М.: Цитадель-трейд, 2005. – 544 с.

26. Зиновьева, Е. И. Параметры лингвокультурологического анализа паремий одного языка на фоне другого (на материале русских и китайских единиц) / Е. И. Зиновьева, Цзянькунь Пи // Коммуникативные исследования. – 2016. – №1(7). – С.18–24. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/parametry-lingvokulturologicheskogo-analiza-paremiy-odnogo-yazyka-na-fone-drugogo-na-materiale-russkih-i-kitayskih-edinit> (дата обращения: 01.04.2020).
27. Иванова, Е. В. Мир в английских и русских пословицах: уч. пособие / Е. В. Иванова. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та; Филол. ф-т СПбГУ, 2006. – 280 с.
28. Каразия, Н. Л. Явные и косвенные способы выражения упрека / Н. Л. Каразия // Вестник КамчатГТУ. – 2005. – №4. – С.225–230. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yavnye-i-kosvennye-sposoby-vyrazheniya-upreka> (дата обращения: 02.05.2020).
29. Карасик, В. И. О категориях лингвокультурологии / В. И. Карасик // Языковая личность: проблемы коммуникативной деятельности : сб. науч. тр. – Волгоград : Перемена, 2001. – С. 3–16.
30. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – М., 2004. – 390 с.
31. Карасик, В. И. Аксиогенная ситуация как единица ценностной картины мира / В. И. Карасик // Политическая лингвистика. – 2014. – №1. – С.65–75. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aksiogennaya-situatsiya-kak-edinitstsennostnoy-kartiny-mira> (дата обращения: 29.03.2020).
32. Карасик, В. И. Языковая спираль: ценности, знаки, мотивы: монограф. / В. И. Карасик. – М.: Гнозис, 2019. – 422 с.
33. Карасик, В. И. Языковые концепты как измерения культуры (субкатегориальный кластер темпоральности) / В. И. Карасик // Концепты. – Архангельск, 1997. – №2. – С. 156–158.

34. Ковшова, М. Л. Семантика и прагматика фразеологизмов (лингвокультурологический аспект): автореф. дис. ... д-ра филол. наук / М. Л. Ковшова. – М., 2009. – 48 с.
35. Кравцов, С. М. Картина мира в русской и французской фразеологии (на примере концепта «поведение человека») / С. М. Кравцов. – Ростов н/Д: ИПО ПИ ЮФУ, 2008. – 312 с.
36. Кузнецова, А. А. Иллокутивные типы вербального проявления эмпатии (на материале французского языка) / А. А. Кузнецова // Вестник Башкирск. ун-та. – 2010. – №2. – С.360–363. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/illokutivnye-tipy-verbalnogo-proyavleniya-empatii-na-materiale-frantsuzskogo-yazyka> (дата обращения: 05.05.2020).
37. Кульпеисова, Т. С. Паремиологическая картина мира - знаковые фрагменты языковой картины мира / Т. С. Кульпеисова // Актуальные проблемы современности. – 2018. – №4(22). – С.174–178.
38. Мариничева, Ю. Ю. Маркетинг матримониальных отношений, или Как правильно и вовремя хвалить / И. С. Веселова, С. Б. Адоньева, Ю. Ю. Мариничева //Комплекс Чебурашки, или Общество послушания. – СПб : Пропповский центр, 2012. – С. 75-104
39. Моисеева, И. Ю. Прагматические функции пословиц и поговорок / И. Ю. Моисеева, Е. В. Чудина // Вестник ОГУ. – 2004. – №11. – С. 170-172 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pragmaticcheskie-funktsii-poslovits-i-pogovorok> (дата обращения: 07.05.2020).
40. Мокиенко, В. М. Современная паремиология (лингвистические аспекты) / В. М. Мокиенко // МИРС. – 2010. – №3. – С.6–20. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennaya-paremiologiya-lingvisticheskie-aspekty> (дата обращения: 26.02.2020).
41. Натхо, О. И. Картина мира сквозь призму пословиц и поговорок / О. И. Натхо // Университетские чтения –2013. Пятигорск, 2013 – С.141-146

42. Натхо, О. И. Паремии в англоязычном научно-популярном деловом дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук/ О. И. Натхо. – Пятигорск, 2017. – 28 с.
43. Никтошенко, Е. Ю. Структурное многообразие паремий и их лингвистический статус / Е. Ю. Никтошенко // Вестник Майкопского государственного технологического университета. – 2013. – №1. – С.22–26. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strukturnoe-mnogoobrazie-paremiy-i-ih-lingvisticheskiy-status> (дата обращения: 26.02.2020).
44. Ничипорчик, Е. В. Отражение ценностных ориентаций в паремиях / Е. В. Ничипорчик. – Гомель : ГГУ им. Ф. Скорины, 2015. – 358 с.
45. Ойноткинова, Н. Р. Алтайские пословицы и поговорки: поэтика и прагматика жанров : дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.09 / Н. Р. Ойноткинова. – Казань, 2012. – 489 с.
46. Остин, Дж. Слово как действие / Дж. Остин // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : Прогресс, 1986. – Вып. 17. – С. 22–31.
47. Панина, Л. С. «Молвушки» в русской идиоматике и их место в лексикографических источниках / Л. С. Панина // Проблемы истории, филологии, культуры. – 2011. – №3 (33). – С.226-230. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/molvushki-v-russkoy-idiomatike-i-ih-mesto-v-leksikograficheskikh-istochnikah> (дата обращения: 12.03.2021)
48. Пермяков, Г. Л. Основы структурной паремиологии / Г. Л. Пермяков. – М.: Наука, 1988. – 236 с.
49. Пермяков, Г. Л. От поговорки до сказки (Заметки по общей теории клише) / Г. Л. Пермяков. – М.: Издательская фирма «Восточная литература», 1970. – 240 с.
50. Петелина, Е. С. Некоторые особенности речевых актов похвалы и лести / Е. С. Петелина // Синтагматический аспект коммуникативной семантики: сб. науч. тр. – Нальчик: Изд-во Кабардино-Балкарского ун-та, 1985. – С. 150–154.

51. Подвигина, С. М. Лексико-фразеологическая репрезентация концептов «небо» и «небесные тела» в семантическом пространстве русского языка / С. М. Подвигина // Вестник ВГУ Сер Филология, Журналистика – Воронеж: ВГУ, 2007. – № 1 – С. 83–87.
52. Подюков, И. А. Паремия в русских народных говорах Прикамья: семантика и прагматика / И. А. Подюков, Е. Н. Свалова. – СПб.: Маматов, 2019. – 224 с.
53. Романов, А. А. Управленческая риторика и культура речи: правильно, красиво, убедительно : Учеб. пособие для студентов вузов / А. А. Романов, А. А. Ходырев. – Тверь : ТГСХА, 2002. – 473 с.
54. Савельева, О. Г. Концепт «еда» как фрагмент языковой картины мира: лексико-семантический и когнитивно-прагматический аспект (на материале русского и английского языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук / О. Г. Савельева. – Краснодар, 2006. – 24 с.
55. Савенкова, Л. Б. Русские паремии как функционирующая система: автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Л. Б. Савенкова. – Ростов-на-Дону, – 2002. – 46 с.
56. Савченко, В. А. Концепт «Борода» в русских и немецких паремиях / В. А. Савченко // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2008. – №3. – С.44–49. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontsept-boroda-v-russkih-i-nemetskih-paremiyah> (дата обращения: 13.03.2020).
57. Савченко, В. А. Концепт «Кровь» в русских и немецких паремиях / В. А. Савченко // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. – 2010. – №1 (13). – С.86–93. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontsept-krov-v-russkih-i-nemetskih-paremiyah> (дата обращения: 13.03.2020).
58. Самситова, Л. Х. Понятие концепта в лингвокультурологии: история развития, структура, классификация / Л. Х. Самситова, Г. М. Байназарова //

Вестник Башкирск. ун-та. – 2014. – №4. – С.1373-1378. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-kontsepta-v-lingvokulturologii-istoriya-razvitiya-struktura-klassifikatsiya> (дата обращения: 01.04.2020).

59. Свалова, Е. Н. Культурно-прагматические свойства русской диалектной паремии (на материале устойчивых высказываний-микрожанров обиходно-бытовой и обрядовой речи Прикамья): дис. ... канд. филол. наук / Е. Н. Свалова. – Пермь: Перм. гос. гум.-пед. ун-т, 2016. – 182 с.

60. Селиверстова, Е. И. Русская пословица в паремиологическом пространстве: стабильность и вариативность (лингвистический аспект): автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Е. И. Селиверстова. – СПб., 2010. – 47 с.

61. Семененко, Н. Н. Когнитивно-прагматическая парадигма паремиологической семантики: на материале русского языка: дис. ... д-ра филол. наук / Н. Н. Семененко. – Белгородский государственный университет. – Белгород, 2012. – 417 с.

62. Семененко, Н. Н. От образной модели к стереотипу: синергия внутренней формы пословицы / Н. Н. Семененко // Филология и культура. – 2015. – № 2 (40). – С. 116–121.

63. Серебрякова, А. Ю. О компонентах коммуникативной ситуации / А. Ю. Серебрякова // Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика. – 2009. – №25 (158). – С.30–32. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-komponentah-kommunikativnoy-situatsii> (дата обращения: 30.04.2020).

64. Серебрякова, Р. В. Национальная специфика комплимента и похвалы в русской и английской коммуникативных культурах / Р. В. Серебрякова // Язык, коммуникация и социальная среда. – 2001. – Вып. 1. – С. 1–5.

65. Серебрякова, Р. В. Национальная специфика речевых актов комплимента и похвалы в русской и английской коммуникативных культурах: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Р. В. Серебрякова. – Воронеж, 2002. – 23 с.

66. Серегина, М. А. Когнитивные аспекты русской и немецкой паремиологии: монография / М. А. Серегина. – Saarbrücken: AV Akademikerverlag GmbH & Co. KG, 2012. – 318 с.
67. Сёрль, Дж. Р. Классификация иллокутивных актов / Дж. Р. Сёрль // Новое в зарубежной лингвистике: [Сб. ст]. – Вып. 17: Теория речевых актов. – М.: Прогресс, 1986. – С. 170–194.
68. Сёрль, Дж. Р. Что такое речевой акт? / Дж. Р. Сёрль // Новое в зарубежной лингвистике: [Сб. ст]. – Вып. 17: Теория речевых актов. – М.: Прогресс, 1986. – С. 210–229.
69. Сидоркова, Г. Д. Прагматика паремий: пословицы и поговорки как речевые действия / Г. Д. Сидоркова. – Краснодар: КубГУ, 1999. – 249 с.
70. Тарланов, З. К. Синтаксис русских пословиц: автореф. дис. ... канд. филол. наук / З. К. Тарланов. – Л.: Ленинград. гос. ун-т, 1970. – 34 с.
71. Телия, В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – М.: Языки славянской культуры, 1996. – 289 с.
72. Темиргазина, З. К. Речевые акты похвалы и одобрения в педагогическом дискурсе / З. К. Темиргазина, М. С. Бачурка // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2017. – Т. 8. – № 1. – С. 97–105.
73. Токарев, Г. В. Лингвокультурология: Учеб. пособие / Г. В. Токарев. – Тула: ТГПУ им. Л. Н. Толстого, 2009. – 135 с.
74. Тразанова, Н. Ю. Параметризация паремиологии как аксиологического кода лингвокультуры: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Н. Ю. Тразанова. – Иркутск, 2012. – 23 с.
75. Трофимова, Н. А. Косвенные речевые стратегии похвалы / Н. А. Трофимова // Проблемы современной филологии и лингводидактики – СПб.: РГПУ им. А.И. Герцена, 2007. – С. 62–66.
76. Трофимова, Н. А. Экспрессивы: мнения и решения / Н. А. Трофимова // Ученые записки. Том 22: Современные проблемы филологии, межкультурной

коммуникации и перевода: сб. науч. ст. – СПб.: ИВЭСЭП Знание, 2013. — 160 с. – С.77–87.

77. Формановская, Н. И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход / Н. И. Формановская. – М.: Рус. яз., 2002. – 216 с.

78. Фролова, О. Е. Мир, стоящий за текстом: Референциальные механизмы пословицы, анекдота, волшебной сказки и авторского повествовательного художественного текста. / О. Е. Фролова. – М.: Издательство ЛКИ, 2007. – 320 с.

79. Черкасский, М. А. Опыт построения функциональной модели одночастной семиотической системы / М. А. Черкасский // Паремииологический сборник: пословица, загадка - структура, смысл, текст. – М.: Наука, 1978. – С. 35–52.

80. Якобсон, Р. О. Лингвистика и поэтика / Р. О. Якобсон // Структурализм "за" и "против". – М., 1975. – С. 193–230.

81. Яковлева, Е. С. К описанию языковой картины мира / Е. С. Яковлева // Русский язык за рубежом. – 1996. – №1–3. – С. 47–56.

82. Gondek, A. Konzeptualisierung der Emotionen auf der Mikrotextebene (am Beispiel von Sprichwörtern mit der Komponente Zorn) / A. Gondek //Linguistik Online. – 2015. –vol.74. – №5. – С. 19–32 URL: <https://doi.org/10.13092/lo.74.2223> (дата обращения: 10.11.2020)

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Балакай, А. Г. Словарь русского речевого этикета: ок. 6000 этикетных слов и выражений / А. Г. Балакай. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: АСТ-ПРЕСС, 2001. – 672 с.
2. Даль, В. И. Пословицы русского народа в 3 т. Т.2/ В. И. Даль. – Санкт-Петербург: Диамант, 1996. – 478 с.
3. Жуков, В. П. Словарь русских пословиц и поговорок / В. П. Жуков. – 7-е изд., стереотип. – М.: Рус. яз., 2000. – 544 с.
4. Зимин, В. И. Пословицы и поговорки русского народа : Объяснит. словарь / В. И. Зимин, А. С. Спирин. – М.: Сюита, 1996. – 543 с.
5. Мокиенко, В. М. Большой словарь русских пословиц. Около 70 000 пословиц / В. М. Мокиенко, Т. Г. Никитина, Е. К. Николаева. – М.: ОЛМА Медиа Групп, 2010. – 1024 с.
6. Национальный корпус русского языка. URL: <http://www.ruscorpora.ru> (дата обращения: 20.12.2020)

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. «Классификация исследуемых паремий»

Пословицы-призывы:

1. Не хвались умом, коль берёшь горбом
2. Не хвались под гору, хвались в гору
3. Не хвались печью в нетопленной избе
4. Не хвались женой в семь дён, а хвались в семь лет
5. Не хвались, горох, не лучше бобов.
6. Не хвастайся, корова, есть лошадь поворовой.
7. Не хвались нашедши, не плачь потерявши.
8. Сам не хвались, жди, когда другие похвалят. / Сам себя не хвали, жди, когда тебя другие похвалят. Сам не хвались, как люди похвалят.
9. Не хвали пива в сусле, а сына, пока борода не вырастет.
10. Не спеши волчонка хвалить, подожди, пока зубы вырастут.
11. Не хвали пива в сусле, а ржи – в озими.
12. Хвали рожь в стогу, а барина в гробу.
13. Хвали утро вечером.
14. Не хвались идучи (едучи) на рать, а хвались идучи (едучи) с рати.
15. Не хвались, в поле едучи, хвались из поля.
16. Хвались, да не поперхнись (не подавись)!
17. Жди, покуда бахвал похвалится.
18. Делай — не хвались (не хвалясь), а Богу помолись (помолясь)!
19. Не хвались, а Богу помолись!
20. Хвались, да назад оглянись!
21. Задом хвались, а не передом.
22. Не хвали: половина хвой.
23. Не захваливай: дай людям похаять.
24. Не хвали в очи, не брани за глаза.
25. В глаза не хвали, за глаза не кори.
26. Не хвалите [ребенка], бесами не стравите.

27. Похуля — опозоришь; похвали — опризоришь.
28. Чего хвалить не умеешь, того не хули.
29. Похваляй, да в соху.
30. Худого не хвали, а хорошего не кори!
31. Чужого не хай, своего не хвали!
32. Сам себя ни хвали, ни хули.
33. Хвали сон, когда сбудется.
34. Не хвали ветра, не извеяв жита.
35. Не хвались в год, хвались в три года (а хвались в рот).
36. Нахвалу оберегайся, а похулить и сам сумеешь.
37. Не хвались, нищий, сумою, как люди дадут. Не хвались сумою: кому что Бог даст.

Пословицы-констатации:

1. Всякая старина свою плешь хвалит.
2. Всяк мастер свою плешь маслит.
3. Всяк барин свою милость хвалит.
4. Всякая лиса (лисица) свой хвост хвалит.
5. Всякая жаба себя хвалит.
6. Всякая хохуля себя не хулит, даром что воняет.
7. Всякая Акуля себя не хулит, а лишь хвалит.
8. Всяк кулик своё болото хвалит.
9. Всякий цыган свою кобылу хвалит.
10. Всякая харя (Хавронья) сама себя хвалит.
11. Всякий купец свой товар хвалит.
12. Всяк сам себя хвалит.
13. Бес беса и хвалит.
14. Свой своего нахваливает.
15. И редька сама себя хвалила: ох, и сладка я с мёдом

16. Доброе дело само себя хвалит.
17. Добрый (хороший) товар сам себя хвалит.
18. Овсяная каша хвалилась, будто с коровьим маслом родилась.
19. Гречневая каша сама себя хвалит. Ржаная (ячная, гречная) каша сама себя хвалит.
20. Сам себя не похвалишь, другие не похвалят. /Сам себя не похвалишь – никто не похвалит.
21. Сам не выхвалишься, коли люди не похвалят.
22. Похвали человека – он горы свернёт.
23. Лучше умная хула, чем глупая хвала. Лучше умная хула, чем дурацкая похвала.
24. Иная похвала стоит брани. Иная похвала стоит (хуже) брани (поношения).
25. От иной хвалы хоть в землю уйти.
26. Похвала молодцу порча. Похвала молодцу — пагуба.
27. Чем больше кошку гладишь, тем выше она спину задирает.
28. Не похвалишь – не продашь.
29. Мать дочку хвалила, пока с рук не свалила.
30. Хороша невеста Аннушка: хвалят мать и бабушка.
31. В хвалёной капусте много гнилых кочанов.
32. Хорошо то, что другие хвалят.
33. Первый парень на деревне, вся рубаха в петухах.
34. Первый парень на деревне, а в деревне - один дом.
35. Не хвальна похвала до дела.
36. Гляженое лучше хваленного.
37. Каждая курица свой насест хвалит.
38. Хвалилась синица море зажечь. Хвалилась синица, что море зажжет. Славу пустила синица, а море не зажгла.

39. Хвалился чёрт всем миром овладеть, а бог ему и над свиньей не дал власти.
40. Хвалилась кобыла, что с возом горшки побила.
41. Своим добром похваляется, чужое под лавку хоронит.
42. Земная хвалится, а небесная дивится.
43. Стрельба прошла, похвальба пошла.
44. Не путем дворянский сын расхвастался.
45. Похвальба не холопское (не крестьянское) дело.
46. Тому хвалиться, кто на конь садится, не тому, кто и коня не видывал.
47. До расправы двое похваляются, а по расправе — один.
48. Похвалился, да и подавился.
49. В глаза выхваляют, а за очи ругают.
50. Коли день хвалить, так ночь бранить (корить).
51. В очи хвала, что по заочью (по заглазью) хула.
52. Хвала первая порча. Хвала — порча (сглаз).
53. Хвалят, да не платят (да не кормят).
54. Смолоду захвалили, да до веку посадили.
55. Хвалили, хвалили, да под гору (да в навоз) свалили.
56. Похвалы не кормят, не греют.
57. Из похвалы шубы не сошьешь.
58. Хвалить не устать, было бы под стать.
59. Хуля грушу трясть, а хваля есть.
60. Хуля грушу (кашу) есть, а хваля за нее же сесть.
61. Похулить — грех, а похвалить — Бог убьет.
62. Похвалить не умею, а похулить не смею.
63. Найми хвалить — не станет; уйми бранить — ославит.
64. Похвала на похвалу напрашивается.
65. Себя хулит — похвалу вызывает.
66. О ком (Кем) хвалился, от того (тем) и повалился.

67. Чем похвалишься (хвалился), тем и подавишься (подавился).
68. Репой да брюквой не хвалятся.
69. Кто хвалился, тот с горы свалился.
70. Хвалился, да с горы и свалился.
71. Похвастал, да бабушку и схрястал.
72. Хвалился пест, что поел толокна в ступе.
73. Хвалько нахвалится, а будько набудется.
74. Хвалько́ нахвалится, будько набудется, да коли то сбудется.
75. Хвастливое слово гнило. Похвальное слово гнило.
76. Похвальное дело шатовато.
77. Хваленый пуще хаяного. Хваленого берегись пуще хаяного.
78. Хвалит чужу сторону, а сама в нее ни по ногу [о свахе].
79. Худое хвалить нечего. Не годится хулым похвалиться.
80. На что тем хвалиться, что в люди не годится.

Молвушки:

1. Когда бы не ты да не Макар, весь свет давно б пропал.
2. Без тебя тут и пиво не сварят.
3. Страна учтёт твои труды.
4. Молодец, возьми с полки пирожок.
5. Слава тебе, тетереву, что ноги мохнаты (косматы).

ПРИЛОЖЕНИЕ 2. «Классификация пословиц-призывов»

Хвали...

1. Хвали рожь в стогу, а барина в гробу.
2. Хвали утро вечером.
3. Похваляй, да в соху.
4. Хвали сон, когда сбудется.

Не хвали...

1. Сам себя не хвали, жди, когда тебя другие похвалят.
2. Не хвали пива в сусле, а сына, пока борода не вырастет.
3. Не спеши волчонка хвалить, подожди, пока зубы вырастут.
4. Не хвали пива в сусле, а ржи – в озими.
5. Не хвали: половина хвой.
6. Не захваливай: дай людям похаять.
7. Не хвали в очи, не брани за глаза.
8. В глаза не хвали, за глаза не кори.
9. Не хвалите (ребенка), бесами не стравите.
10. Худого не хвали, а хорошего не кори!
11. Чужого не хай, своего не хвали!
12. Сам себя ни хвали, ни хули.
13. Не хвали ветра, не извевя жита.

Хвались...

1. Не хвались под гору, хвались в гору
2. Не хвались женой в семь дён, а хвались в семь лет.
3. Хвались, да не поперхнись (не подавись)!
4. Не хвались идучи (едучи) на рать, а хвались идучи (едучи) с рати.
5. Не хвались, в поле едучи, хвались из поля.
6. Хвались, да назад оглянись!
7. Задом хвались, а не передом.
8. Не хвались в год, хвались в три года (а хвались в рот).

Не хвались...

1. Не хвались умом, коль берёшь горбом
2. Не хвались под гору, хвались в гору
3. Не хвались печью в нетопленной избе
4. Не хвались женой в семь дён, а хвались в семь лет
5. Не хвались, горох, не лучше бобов.
6. Не хвастайся, корова, есть лошадь поворовой.
7. Не хвались нашедши, не плачь потерявши.
8. Сам не хвались, жди, когда другие похвалят.
9. Сам не хвались, как люди похвалят.
10. Не хвались идучи (едучи) на рать, а хвались идучи (едучи) с рати.
11. Не хвались, в поле едучи, хвались из поля.
12. Делай — не хвались (не хвалясь), а Богу помолись (помолясь)!
13. Не хвались, а Богу помолись!
14. Не хвались в год, хвались в три года (а хвались в рот).
15. Не хвались, нищий, сумою, как люди дадут. Не хвались сумою:

кому что Бог даст.

Не хули (не ругай/не хай)

1. Чего хвалить не умеешь, того не хули.
2. Худого не хвали, а хорошего не кори!
3. Чужого не хай, своего не хвали!
4. Сам себя ни хвали, ни хули.

Пословицы, не вошедшие ни в одну из групп:

Нахвалу оберегайся, а похулить и сам сумеешь.

Похуля — опозоришь; похвали — опризоришь (сглазишь).